

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Public Relations

Menurut **J. C. Seitel**, *Public Relations* adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *good will* dan pengertian dari langganan, pegawai, dan publik umumnya, ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan. (Jaffrie , 1998 : 32)

Menurut **W.Emerson Rock**, *Public Relations* adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan, pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang atau golongan agar orang atau golongan atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan *good will* dari mereka. Kedua pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya. (Jaffrie , 1998 : 33)

Menurut **J.H Wright**, *Public Relations* yang modern adalah suatu rencan kebijaksanaan dan kepemimpinan yang akan menanamkan kepercayaan publik dan menambah pengertian mereka. (Jaffrie , 1998 : 33)

Menurut **B.R. Canfield**, *Public Relations* adalah kegiatan mempelajari masalah hubungan antar manusia yang masing-masing memiliki kemauan, perasaan, dan keinginan yang berbeda-beda. (Jaffrie , 1998 : 32)

Dari definisi diatas, jelas bahwa tugas *Public Relations* adalah menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik. Kegiatan *Public Relations* harus dikerahkan kedalam dan keluar.

2.2 Fungsi Dan Tujuan Public Relations

Fungsi dan tujuan public relations diantaranya ialah mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang *favourable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik. Kegiatan *Public Relations* harus dikerahkan kedalam dan keluar *internal public relations* dan *external public relations*.

Internal Public Relations, pimpinan memperhatikan pegawai, baik ekonomi, sosial, maupun psikologis. Kesejahteraan, seperti kesehatan dan tempat kerja para karyawan, dapat mempengaruhi kelancaran aktivitas dalam badan itu antara yang memimpin dan yang di pimpin, termasuk keluarga kedua belah pihak. Dan antara teman sejawat harus ada hubungan yang konstan dan baik, sehingga mereka menjadi keluaga yang saling mengerti, menghargai, dan mempercayai.

External Public Relations bagi suatu perusahaan, hubungan dengan publik luar perusahaan itu merupakan suatu keharusan didalam usaha untuk membangun dan menjaga citra perusahaan serta membina hubungan dengan pihak luar seperti :

- *Personal Contact* : unsur penting dalam hubungan ini adalah perlakuan terhadap perorangan-perorangan yang berhubungan dengan badan (institusi).

- *Press Release* : dalam menyiapkan *press release* hendaknya diperhatikan persoalan-persoalan teknis mengenai penyusunan *messages* (teks sambung, laporan, hasil wawancara, rapat, kejadian, dan lain-lain). Dan distribusinya. Formula-formula (*who, what, when, why, where, how*) tak boleh dilupakan dalam penyampaian *press release*.
- *Press Relations* : penting sekali dalam *public relations*, bagi seorang PRO untuk mempunyai hubungan yang baik dengan para pimpinan atau wakil surat kabar baik cetak maupun elektronik.
- *Press Conference and Press Brefings* : *press conference* hanya diselenggarakan bila ada peristiwa-peristiwa penting saja, disesuaikan instansi atau badan. Dan *press brefings* dapat diselenggarakan secara reguler oleh seorang PRO.
- *Publicity* : adalah “*news*” yang ditulis oleh surat kabar atau majalah atau yang disiarkan oleh radio atau televisi, yang penuh dengan *human interest* dan menarik perhatian publik.
- Radio dan TV : sebagai *channel* informasi dan yang paling efektif.
- Film : digunakan dalam Public Relations bukan hanya untuk internal publik tetapi juga untuk external publik.
- Media komunikasi dan informasi lainnya : diantaranya dengan menggunakan kartu pos bergambar, kalender, telepon, ceramah, dan sebagainya.