KONSEP DASAR PR II

SIAPAKAH PR YANG BAIK

PR sebagai bagian dari organisasi yang menjadi ”jembatan komunikasi” antara sebuah institusi dengan publiknya sehingga terciptaa pengertian bersama yang membawa terhadap penciptaan citra positif dan dukungan dari publik terhadap eksistensi institusi tersebut.

Pengertian tersebut memberikan warna pada praktek PR bahwa praktek PR adalah sebuah aktivitas komunikasi sehingga bila tujuan dari praktek PR dipadankan dengan tujuan komunikasi maka diperoleh adanya penguatan dan perubahan pengetahuan, perasaan dan perilaku komunikan (penerima pesan).

PR sebagai komunikator harus mengeksplorasi persepsi pihak lain dalam memandang suatu institusi. Setiap pihak dengan segala bentuk latar belakang yang beragam akan mempunyai beragam persepsi pula dalam memandang suatu insitusi. Idealnya bahwa seluruh publik memperoleh sebuah citra positif dari suatu insitusi.

Ada sejumlah persyaratan yang diperlukan oleh PR sebagai komunikator :

a. Kemampuan berkomunikasi, adalah wujud kemampuan berkomunikasi dalam berbagaibentuk media seperti kemampuan dalam presentasi, kemampuan dalam wawancara untuk pengumpulan fakta dan data, kemampuan dalam untuk dialog-wawancara dengan mass media, kemampuan dalam membuat berita/artikel/Press Realease, ataupun kemampuan komunikasi lisan dengan lawan bicara ataupun bentuk komunikasi lainnya;

b. Kemampuan manajerial ataupun kepemimpinan, adalah wujud tugas sebagai bagian dari manajemen yang menterjemahkan visi dan misi dari manajemen puncak. Kemampuan kepemimpinan seorang PR dapat diartikan kemampuan untuk mengatisipasi masalah yang timbul dari dalam dan luar organisasi serta mampu menyusun rencana kegiatan dan melaksanakannya.

c. Kemampuan bergaul atau membina relasi, berarti kemampuan untuk berhubungan dan bekerjasama dengan berbagai macam orang, dan mampu menjaga komunikasi yang baik dengan orang-orang berbeda, termasuk orang-orang yang berbeda tingkatannya.

D.Kepribadian yang utuh atau jujur, seorang pejabat PR harus memiliki kredibilitas yang tinggi, yakni dapat diandalkan dan dapat dipercaya oleh orang lain, dan dapat diterima sebagai orang yang memiliki kepribadian utuh atau jujur.

e. Kaya ide dan kreatif, seorang yang kaya ide dan kreatif dalam wawasan seorang PR harus memiliki wawasan yang luas, permasalahan yang rumit apa pun bentuknya mengetahui benang merah persoalannya.

Covey dalam Ardianto (2004) mengemukan ciri-ciri pemimpin yang baik atau yang berprinsip yaitu :

- 1. Pribadi yang terus belajar. Orang yang berprinsip terus belajar dari pengalamanpengalaman dan sumber keilmuan lainnya.
- 2. Pribadi yang berorientasi pada pelayanan. Orang yang berjuang untuk menjadi pemimpin yang berprinsip, melihat kehidupan sebagai suatu misi tidak sebagai karir.
- 3. Pribadi yang memancarkan energi yang positif. Sikap yang mudah terlihat adalah sikap optimistik, positif dan penuh dengan energi. Secara fisiologis ditunjukkan dengan wajah dan air muka yang cerah, gembira, menyenangkan dan bahagia.
- 4. Pribadi berjiwa positif mampu mempercayai orang lain. Perilaku yang ditampilkan adalah tidak bereaksi negatif terhadap perilaku yang negatif, kritikan atau kelemahan manusiawi.

RELASI DALAM PR

Dalam pengertian PR dinyatakan bahwa PR akan sukses dalam fungsinya apabila mampu menciptakan, membangun dan mengembangkan relasi kita. Barang kali diantara sekian banyak kegiatan manusia tidak ada yang lebih penting dibandingkan dengan kegiatan yang disebut *managin* itu, dari persiapan yang akan merupakan input organisasi atau kelompok, bahkan mungkin pribadi.

- Relasi kita akan ikut menentukan sukses atau tidaknya seorang PR. Untuk itu, akan dibicarakan hal-hal pokok mengenai relasi dalam PR itu. Di sini akan dibahas sedikit mengenai komunikasi interpersonal, jelas bahwa komunikasi merupakan bagian dari kehidupan kita.

- Dengan menciptakan dan mengembangtumbuhkan relasi PR bagi organisasinya, ini berarti: menciptakan yang belum ada, tetapi menjadi suatu kebutuhan dan tuntunan; mengembangkan yang sudah ada sesuai dengan tuntutan dan perubahan yang terjadi dalam masyarakat; membuat maju yang sudah berkembang sehingga mampu bersaing.

Peran komunikasi dalam PR sebagai berikut

- Komunikasi dalam PR merupakan titik sentral.
- Dalam setiap proses komunikasi, hubungan kemanusiaan merupakan proses yang menyangkut kepribadian, sikap dan tingkah laku yang terjadi pada orang-orang yang terlibat.
- PR dalam fungsinya melaksanakan komunikasi persuasif dua arah di semua bidang kegiatan dengan maksud memberi motivasi kerja, bertanggung jawab dan produktif.
- Atas dasar pengertian tersebut terlihat bahwa komunikasi timbal balik dalam PR merupakan proses integrasi antar manusia yang bersifat manusiawi, bukan hanya hubungan antar manusia (*human relations*) saja. *Human relations* disini bersifat *action oriented*, yang menuju perasaan lahir batin.

Efektivitas komunikasi interpersonal akan tercapai apabila memenuhi paling sedikit lima macam komponen :

- adanya kesamaan kepentingan antara komunikator dengan komunikan;
- adanya sikap yang mendukung dari kedua belah pihak;
- sikap positif, artinya pikiran atau ide yang diutarakan dapat diterima sebagai sesuatu yang mendatangkan manfaat bagi kedua belah pihak;
- sikap keterbukaan yang ditampilkan oleh kedua belah pihak;
- masing-masing pihak mencoba, menempatkan diri pada mitra wicaranya.