FUNGSI PUBLIC RELATIONS

Pada dasarnya Fungsi Public Relations menurut Edwin Emery adalah

"Upaya yang terencana dan terorganisasi dari sebuah perusahaan atau lembaga untuk menciptakan hubungan-hubungan yang saling bermanfaat dengan berbagai publiknya."

Adapun fungsi dan aktivitas PR secara terperinci adalah

1. *Advise & Counsel* : aktivitas perusahaan yang berdampak luas kepada masyarakat.
2. *Publications* : mengadakan relasi dengan media berita
3. *Relations with various publics* : serikat pekerja,pemegang saham, LSM, dll.

4. Corporate Image Advertising : mempromosikan citra perusahaan
5. Public Opinion : bekerja sama dengan bagian R & D mempengaruhi opini publik
6. Tugas lainnya : juru bicara perusahaan, koordinatir sumbangan perusahaan, pemberian penghargaan, penyerahan beasiswa, dll.

PROSES KERJA PR

Untuk melaksanakan fungsi PR maka memerlukan hal-hal sebagai berikut :

1. Berbagai keahlian yang dapat diandalkan
2. Orang-orang yang dapat dipercaya
3. Pengawasan dan koordinasi
4. Perhatian pada setiap detail
5. Dilaksanakan secara profesional

LANGKAH PR DALAM MELAKSANAKAN FUNGSINYA

1. Tujuan jelas, transparan, praktis.
2. Menentukan sasaran
3. Produk/jasa sudah sesuai kebutuhan sasaran
4. Meminta pengarahan direksi
5. Memberikan kesempatan kepada redaksi untuk memberikan ide, usulan, atau kritik.
6. Mengambil inti dari pertemuan
7. Memilih media yang tepat

TUGAS PUBLIC RELATIONS

Lima pokok tugas PR :

1. **Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan dan tertulis kepada publik**
2. **Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat**
3. **Memperbaiki citra perusahaan**
4. **Tanggung jawab sosial**
5. **Komunikasi lainnya**

RELASI DALAM PR

Komunikasi Interpersonal :

1. Informasi
2. Relasi

Sikap berbicara dalam membangun relasi :

1. Jelas, to the point
2. Transparan
3. Jujur

- **Dalam kegiatannya PR memberikan masukan dan nasihat terhadap berbagai kebijakan manajemen yang berhubungan dengan opini atau isu publik yang tengah berkembang**

- **Dalam Pelaksanaannya PR menggunakan komunikasi memberitahukan, mempengaruhi dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik sasarannya**

- **Hasil yang ingin dicapai *good image, goodwill, mutual understanding, mutual confidence, mutual appreciation dan tolerance***

- **Proses Transfer PR**

Negatif	→	Positif
Antipati	→	Simpati
Kecurigaan	→	Penerimaan
Masa Bodoh	→	Minat
Lalai	→	Pengertian