MATERI PERKULIAHAN

PENGANTAR ILMU HUMAS

UNIVERSITAS KOMPUTER

Disusun oleh : Iin Rahmi Handayani, S.Sos

Perkuliahan 2

DEFINISI, TUJUAN DAN KEGIATAN PR

- PR adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

- PR adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap public, mengidentifikasi kebijakan dan atiurans eseorang atua organisasi demi kepentingan publik dan melaksnakan sesautu program kegiatan untuk memperoleh pengertian dan penerimaan publik.

- PR adalah fungsi manajemen yang membantu meraih tujuan organisasi, merumuskan filosofi dan memperantarai perubahan organisasi. Praktisi PR berkomunikasi dengan seluruh publik internal dan eksternal yang terkait untuk membangun hubungan positrif dan untuk menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dan harapan masyarakat. Praktisi PR mengembangkan, melaksnakan dan mengevaluasi program organisasi dengan mendorong pertukaran pengaruh dan pengertian antara bagian-bagian pokok dan publik organisasi.

- PR adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untik memperoleh itikad baik dan pengerrrtian dari langganannya, pegawainya dan public umumnya;kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan.

- PR adalah kelanjuatan dari proses penetapan kebikajsanan, penetuan pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan atgar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari mereka. Kedua, pelaksanaan kebijaksanaaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.

  PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan public terhadap seseorang atau sesuatu oragnisasi atau badan

Menurut para ahli terkenal, terdapat tiga definisi terbaik, yaitu :

a. Definisi menurut J.C. Seidel, Public Relation Director, Division of Housing, State of New York :

   “Public Relations adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha management untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya dan public umumnya. Keda;am dengan mengadakan analisa dan perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan”

b. Definisi W. Emerson Rek. PR Director, Colgate University :

   “Public Relations adalah kelanjutan dari proses-proses penetapan kebijaksaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari

mereka. Kedua, pelaksanaan kebijakan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya"

c. Definisi Howard Bonham, Vice Chairman American National Red cross :

   "PR adalah suatu senin untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan public terhadap seseorang atau sesuatu organisasi atau badan"

   Tujuan PR adalah menciptakan opini publik yang *favorable* tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan.

Menurut F. Rachmadi, essensi PR yaitu :

1. PR merupakan satu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh goodwill, keprcayaan, saling pengertian & citra yang baik dari public atau masyarakat.
2. Sasaran PR : menciptakan opini pubic yang favourable, artinya menguntungkan semua pihak.
3. PR merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi/perusahaan.

Tujuan PR secara universal adalah :

1. Menciptakan citra yang positif
2. Memelihara citra yang positif
3. Meningkatkan citra yang positif
4. Memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun atau rusak

The PR transfer process dari situasi negative ke situasi positif (menurut Frank Jefkins) adalah :

1. Hostility → sympathy
2. Prejudice → Acceptance
3. Apathy → Interest
4. Ignorance → Knowledge

Untuk mencapai tujuannya, PR harus diarahkan ke dalam dan keluar. Kegiatan ke dalam disebut *Internal PR* dan kegiatan yang ditujukan keluar disebut *External PR*.

A. Internal PR : untuk terciptanya karyawan yang mempunyai kegairahan kerja.
   Contoh : *Downward Communication* dan *Upward Communication*
B. External PR : untuk mengeratkan hubungan dengan orang-orang di luar badan/instansi hingga terbentuklah opini public yang favorable terhadap badan itu.
   Contoh : Personal contact, Press releases, Press relation dll