Materi I

Esensi Public Relations

Bahan Ajar Produksi Media Public Relations

Dosen : Gumgum Gumilar, S.Sos., M.Si.

Menurut Rachmadi (1992:20)

Ada empat esensi Public Relations, yakni :

- Public Relations merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh goodwill, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik/masyarakat.
- Sasaran public relations adalah menciptakan opini publik yang pavorable menguntungkan semua pihak.
- Public Relations merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau perusahaan.
- Public Relations adalah usaha yang kontinu untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan masyarakat dengan melalui suatu proses komunikasi timbal balik.

Dari esensi di atas, maka dapat dideskripsikan tujuan dari public relations adalah :

- memperoleh goodwill,
- kepercayaan,
- saling pengertian,
- dan citra yang baik dari publik/masyarakat.

Empat esensi Public Relations menurut Onong Uchjana Effendi :

- Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
- Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manejemen suatu organisasi.
- Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik intern dan ekstern
- Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

TUJUAN PUBLIC RELATIONS

- **Charles S. Steinberg**

  Menciptakan opni publik yang *favorable* tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan.

- **Frank Jefkins**

  Meningkatkan favorable image/citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali unfavorable image/image yang buruk terhadap organisasi tersebut.

Dimock Marshall Cs.

a. Secara Positif

Berusaha untuk mendapatkan dan menambah penilaian dan goodwil suatu organisasi atau badan.

b. Secara Defensif

Berusaha untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif, bilamana diserang, dan serangan itu kurang wajar, padahal organisasi atau badan kita tidak salah.

Secara Universal

Untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang bersangkutan, danmemperbaiki citra jika citra itu menurun/rusak.

Empat hal prinsip dari tujuan PR :

- menciptakan citra yang baik
- memelihara citra yang baik
- meningkatkan citra yang baik
- memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun/rusak.

FUNGSI PR/HUMAS

Betrand R. Canfield, fungsi PR :

- *It should serve the public's interest*
- *Maintain good communication*
- *And stress good morals and manners*

Cutlip and Center :

- *To ascertain and evaluate public opinion as it relates to his organization*
- *To counsel executives on ways of dealing with public opinion as it exist*
- *To use communication to influence public opinion*

Menurut Onong Uchyana Effendy bahwa fungsi *Public Relations* atau humas adalah:

- Menuju kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi.
- Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik public eksternal maupun publik internal.
- Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik.
- Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.(Effendy, 1988:173)

- Menurut **F. Rachmadi** fungsi utama humas atau *Public Relations* adalah:

  "Fungsi utama humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga atau organisasi"(Rachmadi, 1999:21).