Sejarah manajemen PR

- Pada perkembangannya konsep Public Relations di Amerika dimulai sekitar tahun 1900 an yang dipelopori oleh Ivy Lee dengan " The Declaration of Principles". Ivy Lee dianggap sebagai " the father of Public Relations" karena deklarasi asasnya itu, meskipun demikian sebetulnya konsep Public Relations di Amerika sudah ada sejak tahun 1850.(Broom, 2000; 102).

- Untuk memecahkan masalah tersebut Ivy Lee mengajukan beberapa usulan atau persyaratan yang bersifat revolusioner dan merupakan terobosan besar dalam peranan PR/humas untuk mampu mengatasi masalah besar pada waktu itu melalui suatu konsepsi prinsip-prinsip dasar yaitu:
- Pertama :

a. Membentuk manajemen humas untuk mengatur arus informasi/berita secara terbuka.
b. Bekerjasama dengan pihak pers
c. Duduk sebagai top pimpinan perusahaan dan langsung sebagai pengambil keputusan tertinggi (decision maker) dan (policy maker). Dalam hal ini Ivy Lee ditunjuk sebagai executif assistant to president director dalam struktur manajemen perusahaan.

- Kedua :

  Memiliki wewenang penuh dalam melaksanakan fungsi dan peranan sebagai pejabat humas untuk mengelola manajemen humas?PR.
- Ketiga :

  Manajemen humas yang notabene terkait dengan manajemen perusahaan industri pertambangan batubara tersebut, harus bersifat informasi terbuka (open communication), baik kepada khalayak/publik, pekerja, maupun pihak pers, dan mengacu pada Declaration of principles atau prinsip-prinsip dasar.

- Management backup
- Menunjang kegiatan departemen lain dalam perusahaan seperti bagian pemasaran, operasional, teknik, keuangan , personalia demi terciptanya tujuan bersama

4. Good image maker

- Menciptakan citra perusahaan dan publisitas positif
- Dalam dua dekade terakhir, publik mencermati nama – nama pejabat PR yang kerap muncul sebagai nara sumber perusahaan atau organisasi yang diwakilinya,

Fungsi petugas PR atau PR Officer (PRO) pun berkembang seiring kemajuan dunia usaha. Ada 4 fungsi utama yang dituntut dari petugas PR. Yaitu sebagai:

- Communicator

  Sebagai juru bicara organisasi, PR berkomunikasi secara intensif melalui media dan kelompok masyarakat. Hampir semua teknik komunikasi antar pesona (interpersonal communication) dipergunakan, komunikasi lisan, komunikasi tatap muka sebagai mediator maupun persuader.
- Relationship

  Relationship yang tidak harmonis beresiko menimbulkan ketidakpuasan public yang pada akhirnya mengancam kelangsungan bisnis perusahaan. Contoh: penanganan kasus Lumpur panas PT. Lapindo terus menerus menimbulkan protes ketidakpuasan dari penduduk yang kecewa karena proses penggantian kerugian untuk rumah yang terendam tidak segera terealisir.