

# **MEDIA HUMAS**

## **DEFINISI, TUJUAN, TUGAS, FUNGSI PR, CITRA DAN OPINI PUBLIK**

**Dian S. Purwanty, S.Sos., M.M.**

Program Studi Ilmu Komunikasi – Humas  
Universitas Komputer Indonesia  
Bandung, 22 Februari 2010

# DEFINISI PR

Frank Jefkins

◊ *Public relations is a system of communication to create a good will.*

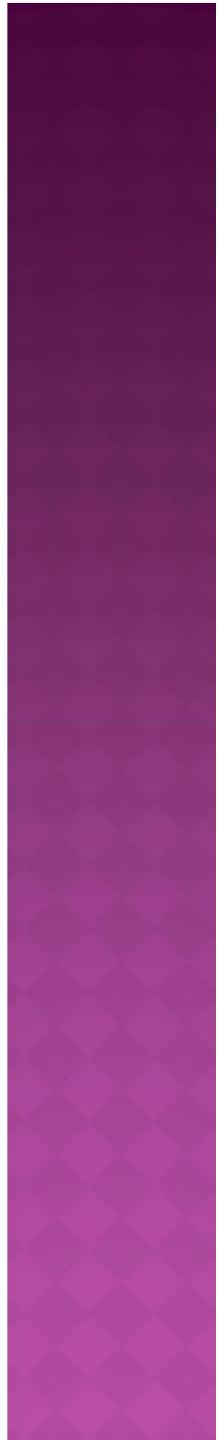
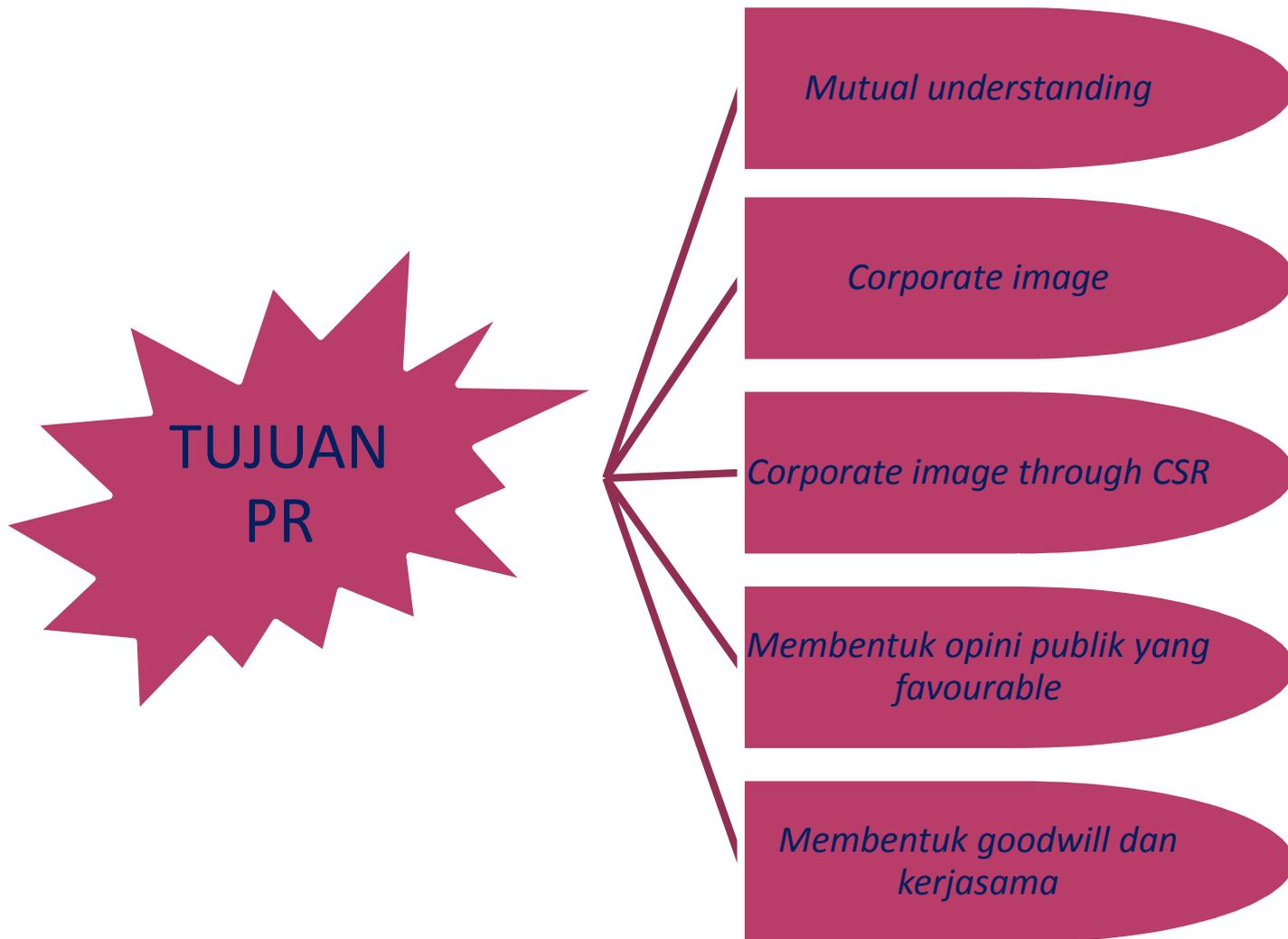
John E.  
Marston

◊ Public relations is planned, persuasive communication designed to influence significant public.

IPR  
(Institute of  
Public Relations)

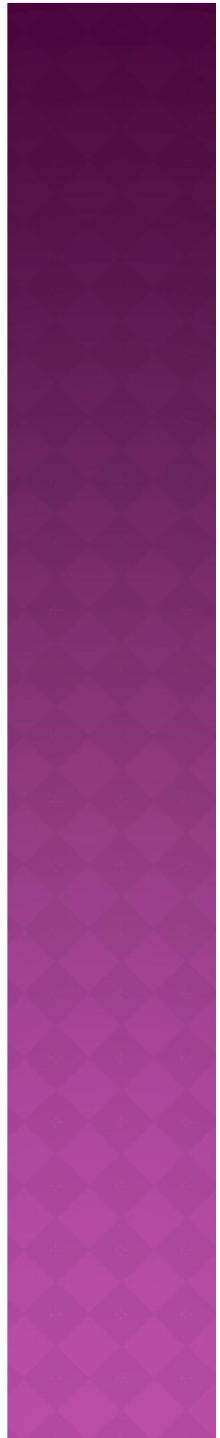
◊ keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

# TUJUAN PR



# TUGAS PR

- ◉ Publication & Publicity
- ◉ Events
- ◉ News
- ◉ Community Involvement
- ◉ Identity Media
- ◉ Lobbying
- ◉ Social Investment



# FUNGSI PR *Betrand R. Canfield*

- ◉ *Maintain good communication*
- ◉ *Serve public's interest*
- ◉ *Maintain good morals & manners*

## Creating Good Communication

High Trust leads to Good Communication



# FUNGSI PR *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*

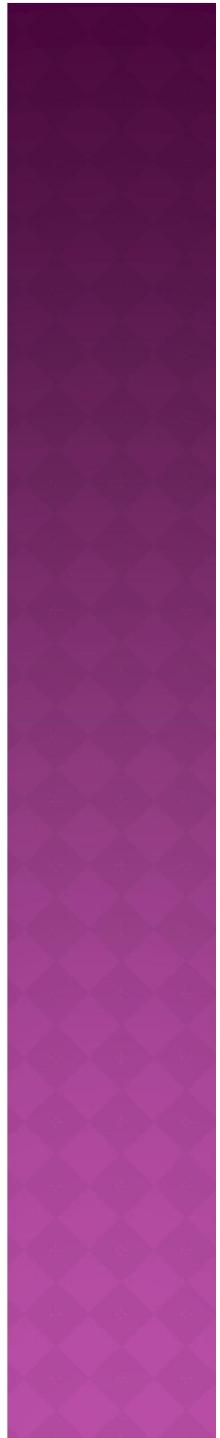
## Creating Good Communication

High Trust leads to Good Communication



# FUNGSI PR *Onong Uchyana Effendy*

- ◉ 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.



# CITRA PR FRANK JEFKINS

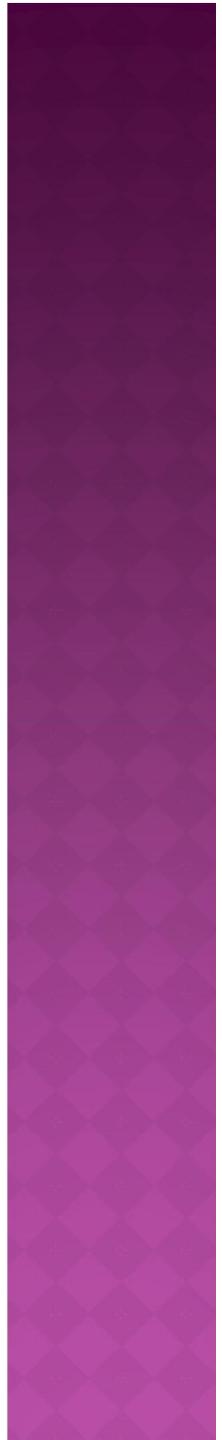
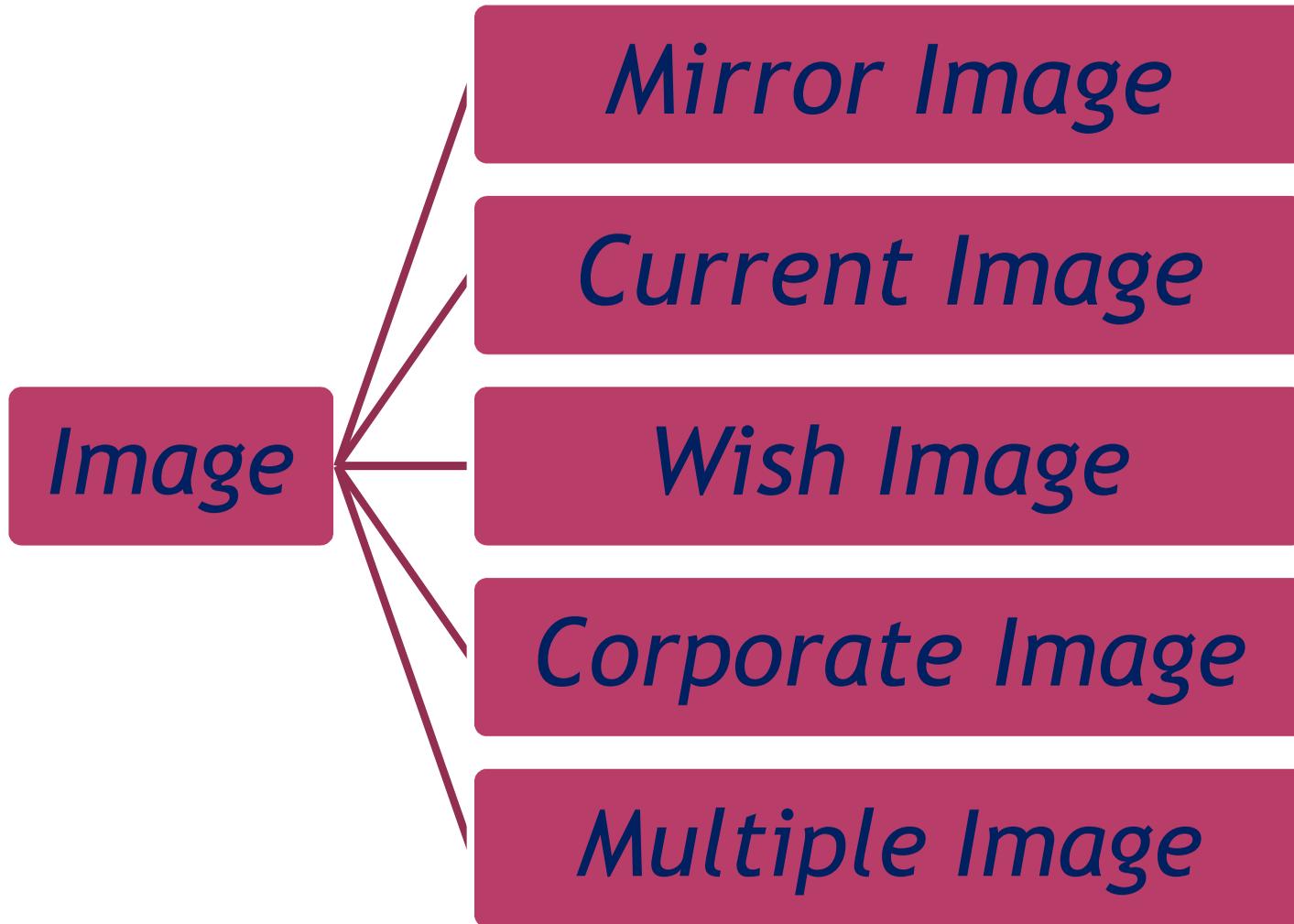
## *Public Relations Technique*

- “Citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya”.

## *Essential of Publik Relations*

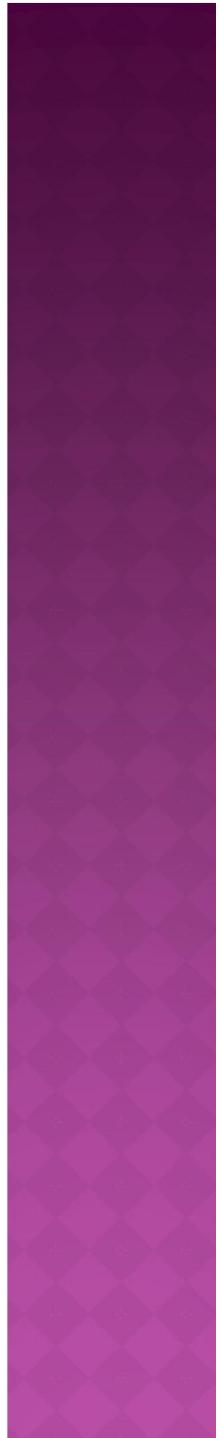
- “Citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan”

# CITRA PR



# *Mirror Image / Citra Bayangan*

- ◉ Citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
- ◉ Fantasi ! Ilusi !
- ◉ Tidak sesuai dengan kenyataan.



# *Current Image / Citra yang Berlaku*

- Suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
- Citra ini cenderung negatif.
- Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak-sedikitnya informasi



# Wish Image / Citra yang Diharapkan



- Suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
- Citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada.
- Citra yang berkonotasi lebih baik.

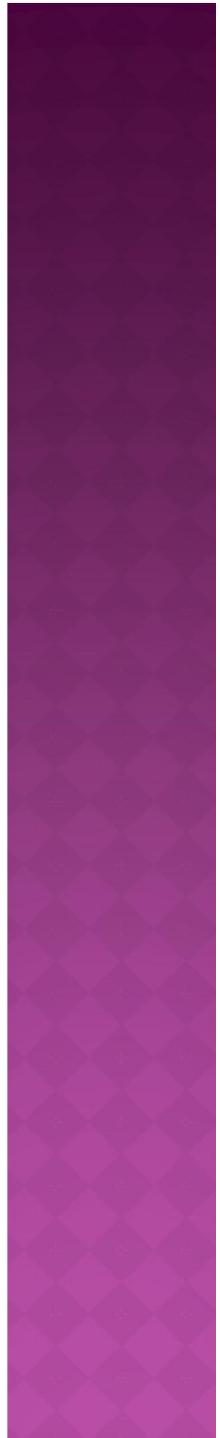
# Corporate Image / Citra Perusahaan



- Citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
- Terbentuk dari banyak hal, sejarah, kualitas produk, finansial, tanggungjawab sosial.

# Multiple Image / Citra Majemuk

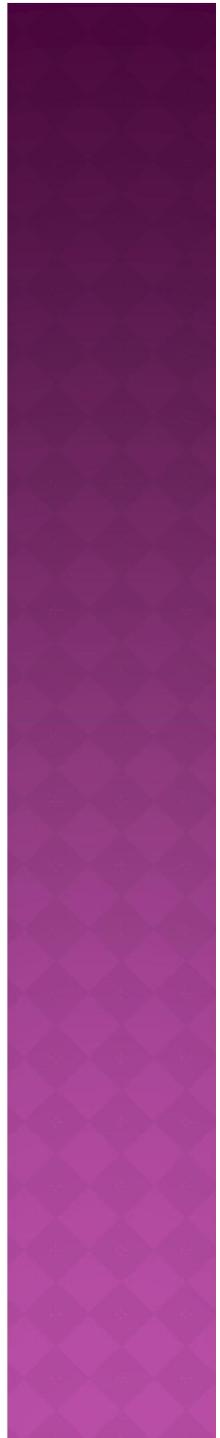
- Suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan.
- Jumlah citra = jumlah pegawai
- Variasi citra harus ditekan seminim mungkin dan citra perusahaan harus ditegakkan.

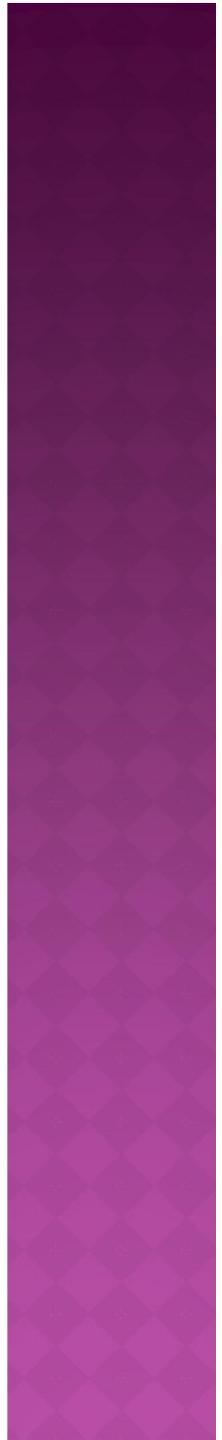
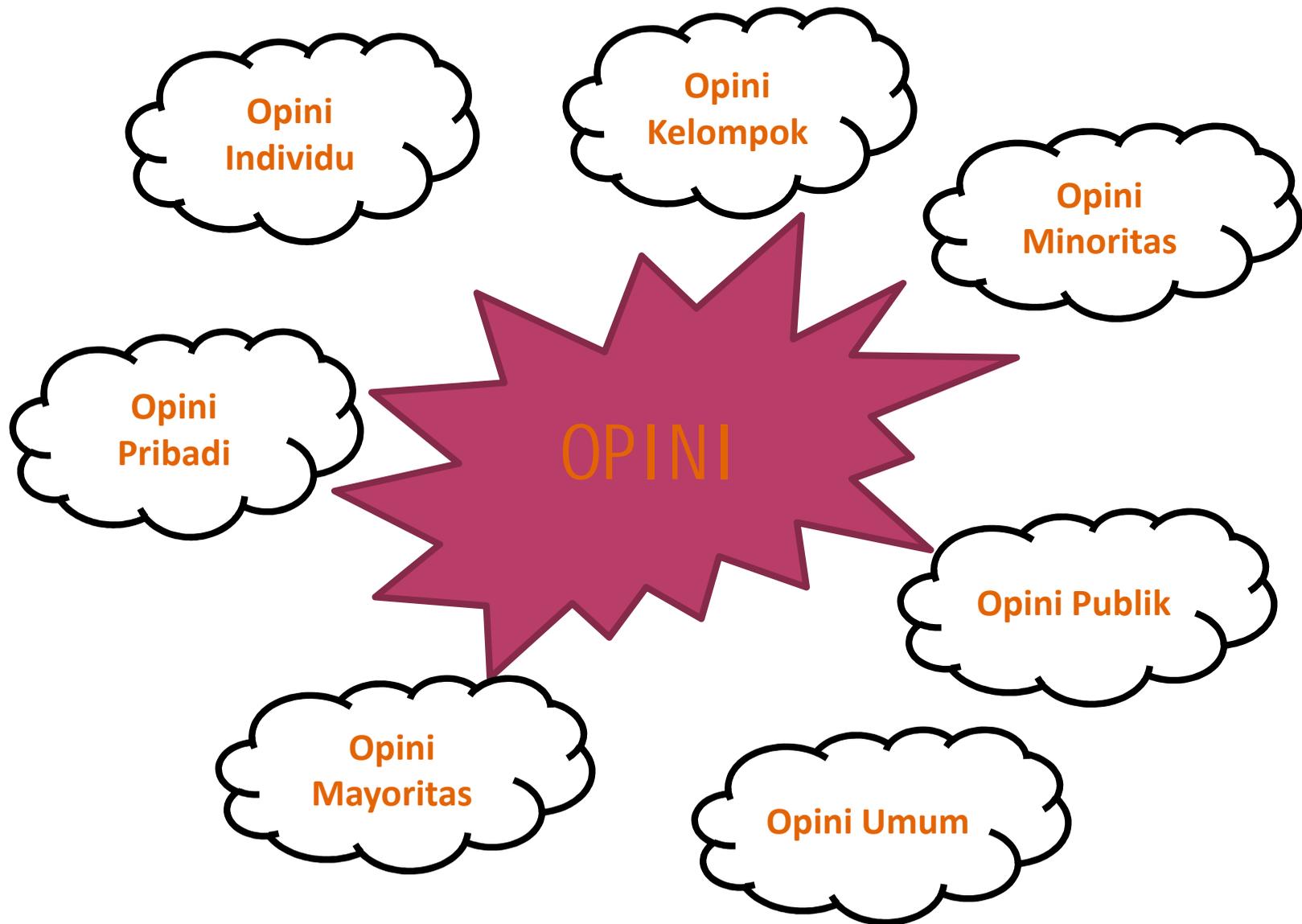


# *How to win good image !*

- ◉ *Public understanding*
- ◉ *Public confidence*
- ◉ *Public support*
- ◉ *Public cooperation*

Let us  
get to know  
**you**





# Definisi OPINI PUBLIK

Leonard W. Doob

- *“..Publik opinion refers to people’s attitudes on an issue when they are members of the same sosial group”.*

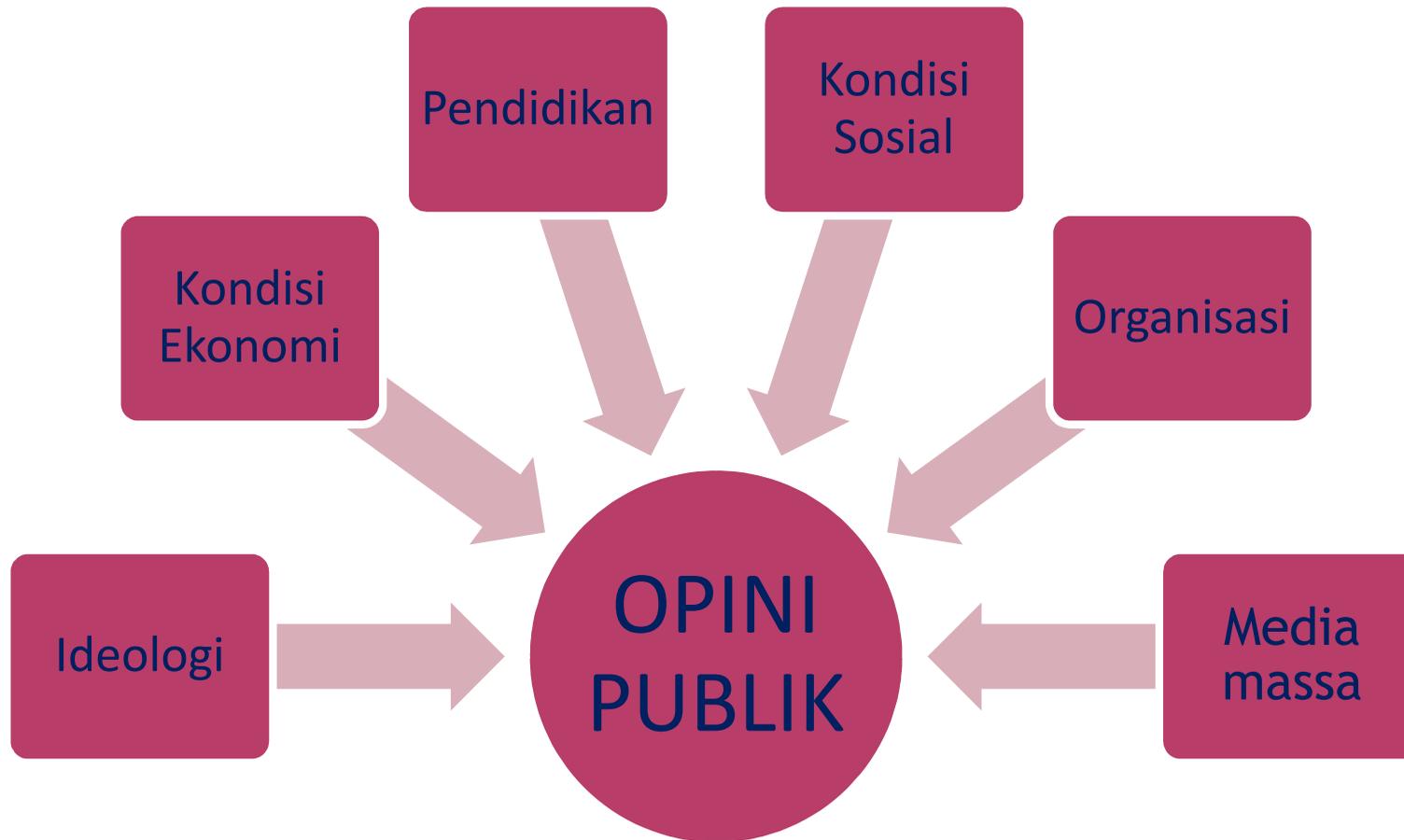
Bernard Berelson

- Komunikasi mengenai soal-soal tertentu yang jika dibawakan dalam bentuk atau cara tertentu kepada orang tertentu akan membawa efek tertentu pula

William G.  
Summer  
(pandangan  
sosiologi)

- Opini publik diartikan sebagai kekuatan yang ada dalam masyarakat. Di sini kekuatan bukan berasal dari pendapat perorangan, melainkan norma atau mitos yang ada dalam masyarakat

# FAKTOR Yang Mempengaruhi



# Yang Mempengaruhi Opini Publik

- ◉ Pendidikan

Pendidikan, baik formal maupun non formal, banyak mempengaruhi dan membentuk persepsi seseorang. Orang berpendidikan cukup, memiliki sikap yang lebih mandiri ketimbang kelompok yang kurang berpendidikan. Yang terakhir cenderung mengikuti.

- ◉ Kondisi Sosial

Masyarakat yang terdiri dari kelompok tertutup akan memiliki pendapat yang lebih sempit daripada kelompok masyarakat terbuka. Dalam masyarakat tertutup, komunikasi dengan luar sulit dilakukan.

- ◉ Kondisi Ekonomi

Masyarakat yang kebutuhan minimumnya terpenuhi dan masalah survive bukan lagi merupakan bahaya yang mengancam, adalah masyarakat yang tenang dan demokratis.

- ◉ Ideologi

Ideologi adalah hasil kristalisasi nilai yang ada dalam masyarakat. Ia juga merupakan pemikiran khas suatu kelompok. Karena titik tolaknya adalah kepentingan ego, maka ideologi cenderung mengarah pada egoisme atau kelompokisme.

- ◉ Organisasi

Dalam organisasi orang berinteraksi dengan orang lain dengan berbagai ragam kepentingan. Dalam organisasi orang dapat menyalurkan pendapat dan keinginannya. Karena dalam kelompok ini orang cenderung bersedia menyamakan pendapatnya, maka pendapat umum mudah terbentuk.

- ◉ Media Massa

Persepsi masyarakat dapat dibentuk oleh media massa. Media massa dapat membentuk pendapat umum dengan cara pemberitaan yang sensasional dan berkesinambungan.