

The slide features a dark blue background with a faint world map. A central red shield-shaped frame with a gold border contains the text. The frame is surrounded by ornate gold scrollwork, stars, and floral motifs. The text is in a gold, serif font with a reflection effect.

Pengantar Public Relations
I. Sejarah PR

Oleh:
Tine Agustin Wulandari, S.I.Kom.

Public Relations

- Sebagai sebuah ilmu pengetahuan, PR relatif masih baru bagi masyarakat Indonesia.
- Istilah PR baru dikenal mulai Abad 20, di negara asalnya yaitu Amerika Serikat.
- PR merupakan gabungan dari berbagai ilmu dan termasuk ke dalam jajaran ilmu sosial.
- Seiring perkembangannya, PR menjadi sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan, organisasi, atau lembaga.

Tahapan Sejarah PR

```
graph TD; A[Tahapan Sejarah PR] --> B[Early PR]; B --> C[The Propaganda-Publicity Stage]; C --> D[Early Two-way Communication]; D --> E[Advanced Two-way Communicaton];
```

Early PR

The Propaganda-Publicity Stage

Early Two-way Communication

Advanced Two-way Communicaton

Early PR

- **Arkeolog Irak**

Menemukan sebuah tablet dari tahun 1800 SM. Sekarang bisa dikatakan sebagai *bulletin*. Isinya mengenai informasi bagi para petani mengenai penyemaian, irigasi dan panen.

- **Julius Caesar**

Selalu memberikan laporan mengenai kemenangan yang diperoleh dari medan perang untuk menjaga moral tentara, kesolidan reputasinya, serta mempertahankan kekuasaan.

Dari contoh tersebut, dapat diketahui bahwa sejak awal, orang, perusahaan, atau organisasi sudah menggunakan PR untuk memberikan informasi, membangun *image*, dan mempengaruhi *public opinion*.

Propaganda-Publicity Stage

- **Tahun 1830**

Lahirnya sirkulasi massal koran dan majalah, yang sukses untuk pertama kali, sehingga meningkatkan kemampuan orang dan organisasi untuk berkomunikasi dengan publik. Selain itu, berakhirnya masa perbudakan, yang membuat kaum industrialis merasa perlu untuk menarik pekerja, membujuk konsumen, dan membangkitkan antusiasme investor.

- **Tahun 1896**

Terjadi pertarungan politik antara William Jennings Bryan dan William McKinley yang sama-sama berkampanye di Chicago, mereka menyebarkan *news release*, *position papers* dan *pamphlets*. Inilah pertama kali lahirnya kampanye nasional modern.

- **Tahun 1889**

Westinghouse Electric merupakan perusahaan pertama yang mempunyai divisi PR (*PR Department*). Misionya adalah untuk mempublikasikan pada publik bahwa mereka adalah perusahaan yang "bersih".

Ketika pembangunan rel kereta, mengalami tentangan dari masyarakat, perusahaan kereta api meminta bantuan Ivy Lee. Lee kemudian mengajak para reporter ke tempat permasalahan, membangun *Press Centre*, membagikan *press release*, dan membantu para reporter untuk mendapatkan foto dan berita.

- **Tahun 1913**

Terjadi bentrokan di tambang minyak milik John D. Rockefeller, masyarakat menyalahkannya atas penembakan terhadap para penambang, anak-anak, dan istrinya. Lee berhasil meyakinkan Rockefeller untuk mendatangi tempat kejadian dan berbincang dengan para pekerja yang mogok, tidak lupa peristiwa tersebut diabadikan. Akhirnya mogok berhenti, dan Rockefeller dianggap sebagai pengusaha yang sensitif.

Pada masa ini, PR umumnya masih bersifat satu arah, dari organisasi ke publik. PR juga lebih diasosiasikan kepada propaganda dibandingkan dengan penyebaran informasi yang berguna. Masyarakat tidak menganggap PR untuk melayani masyarakat, melainkan kaki tangan perusahaan besar.

Early Two-way Communication

- **Memasuki PD I**

USA tidak begitu bersemangat terlibat dalam kancan perang. Presiden Woodrow Wilson memerintah George Creel membentuk *Comitee on Public Information (CPI)*.

Creel membentuk *opinion leader* di seluruh negeri, sebagai bahan masukan untuk pemerintah dan sebagai pembentuk opini publik untuk masyarakat. Inilah awalnya penggunaan media yang tidak pernah terjadi sebelumnya, yaitu film, *public speakers*, serta poster.

Pada saat inilah, Edward Bernays mulai melihat bagaimana *public's feeling* dapat digunakan untuk keuntungan perusahaan. Bersama dengan Creel's Committee, Bernays mulai menggunakan *two-way communication* dalam PR. PR berbicara pada masyarakat, sebagai balasan, PR mendengarkan apa yang mereka sampaikan.

- **Pasca PD II**

Masyarakat Amerika mulai memasuki perubahan sosial, dengan ekspansi budaya konsumerisme. Sehingga penting bagi perusahaan atau organisasi untuk mengetahui apa yang klien mereka pikir dan inginkan, apa yang mereka suka dan tidak suka, serta bagaimana cara perusahaan untuk memuaskan keinginan para pelanggan. Hasilnya, PR menjadi lebih terintegrasi, lebih bersifat *two-way communication*, melalui riset, periklanan, dan promosi.

Advanced Two-way Communication

- Dengan semakin tumbuhnya bisnis, market konsumen semakin besar, kompetisi semakin sengit. Perusahaan minyak Texas, juga menggunakan reputasinya untuk meningkatkan penjualan dalam mengiklankan produknya. Karena perusahaan lain juga menjual minyak, jadi harus ada hal lebih yang ditawarkan, maka masuklah *advertising agencies* dalam *PR Division*. Disinilah mulai berbaurnya perbedaan antara periklanan dan PR.

Pada masa ini, PR mulai berkembang pada usaha non-profit, hak sipil dan persamaan hak wanita, lingkungan, serta konsumen. PR juga telah membuktikan keberhasilan dalam menggerakkan perubahan sosial.

Melalui sejaranya, dapat diketahui bahwa PR dilahirkan dan dipelopori oleh *The Father of Public Relations*, yaitu Ivy Ledbetter Lee. Karena ia berhasil menanggulangi masalah industri di AS dengan sukses. Adapun gagasan dan pemikiran Lee dalam mengadakan perbaikan dan pembaharuan tersebut dinamakan *Declaration of Principle*, yang intinya public tidak diabaikan oleh *management* industri, dan publik tidak dianggap bodoh oleh pers.

Perkembangan PR di Dunia

| | |
|--------------------|--|
| Abad 19 | PR di Amerika dan Eropa merupakan program studi mandiri, didasarkan perkembangan IPTEK. |
| 1865 – 1900 | Publik masih dianggap bodoh. |
| 1900 – 1918 | Publik mulai diberi informasi dan dilayani. |
| 1918 – 1945 | Publik mulai diberi pendidikan dan dihargai. |
| 1925 | PR mulai jadi pendidikan tinggi resmi di NYC. |
| 1928 | PR memasuki pendidikan tinggi, dan menjadi mata kuliah wajib di setiap fakultas di Belanda. |
| 1945 – 1968 | Publik mulai terbuka dan banyak tahu. |
| 1968 | Di Belanda PR mengalami perkembangan pesat ke arah ilmiah karena penelitian rutin dan kontinyu, di Amerika PR berkembang lebih ke arah bisnis. |

| | |
|--------------------|--|
| 1968 – 1979 | PR dikembangkan di berbagai bidang. |
| 1979 – 1990 | PR mulai profesional, bahkan ruang lingkungannya bersifat internasional karena memasuki Globalisasi dalam Perubahan mental dan kualitas |
| 1990 - Sekarang | PR telah mengalami perubahan mental, kualitas, pola pikir, sudut pandang, sikap, dan pola perilaku secara nasional maupun internasional. |
| | PR digunakan untuk membangun kerja sama secara lokal, nasional, dan internasional. |
| | PR mempelajari bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya, sesuai dengan kebutuhan era globalisasi dan informasi. |

Perkembangan PR di Indonesia

- **1962**, cikal bakal pembentukan Humas secara resmi melalui Presidium Kabinet perdana Menteri Juanda.
- **1967 – 1971**, didirikan koordinasi antar Humas Departement atau Lembaga Tinggi Negara, yaitu Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah yang disingkat BAKOR.
- **1972 – 1993**, muncul PR kalangan profesional pada Lembaga Swasta Umum, yang ditandai dengan didirikannya suatu wadah profesi Humas, yaitu PERHUMAS pada tanggal 15 Desember 1972. Pendirinya : Wardiman Djojonegoro, Marah Joenoes, Nana Sutresna, M. Alwi, Dahlan, Feisal Tamim, Wisaksono Noerhadi, Imam Sarjono.
- **10 April 1987**, dibentuk suatu wadah profesi Humas yang disebut APPRI (Assosiasi Perusahaan Public Pelations Independen) di Jakarta yang merupakan wadah profesi berbentuk organisasi dari perusahaan yang independent dengan tujuan :
 - Mewujudkan PR yang jujur dan bertanggung jawab sesuai dengan kode etik..
 - Memberikan informasi kepada klien, bahwa APPRI dapat memberi nasehat kepada PR dan mengembangkan kepercayaan umum atas PR..
- **27 November 1995**, berdiri Himpunan Humas Hotel Berbintang.