



Pengantar Public Relations

VII. PR & Komunikasi Massa

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

Definisi Komunikasi Massa

- **Bittner:**

“Komunikasi Massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*)”.

- **Rakhmat:**

“Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khlayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat”.

Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikator Terlembagakan

Pesan bersifat Umum

Komunikasi Anonim & Heterogen

Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Bersifat Satu Arah

Stimulasi Alat Indera "Terbatas"

Umban Balik Tertunda (*Delayed*)

Fungsi Komunikasi Massa

- **Surveillance (Pengawasan)**
 - ✓ **Warning or Beware Surveillance:** pengawasan terhadap suatu bencana/ancaman untuk disampaikan kpd masyarakat.
 - ✓ **Instrumental Surveillance:** pengawasan terhadap sesuatu yang dapat berguna dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.
- **Interpretation (Penafsiran)**

Memberikan penafsiran thd kejadian penting, dalam bentuk komentar atau opini thd berita yang disajikan.
- **Linkage (Pertalian)**

Dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam.
- **Transmission of Value (Penyebaran Nilai-nilai)**

Disebut juga sosialisasi atau proses penyebaran nilai-nilai kepada masyarakat.
- **Entertainment (Hiburan)**

Fungsi memberikan hiburan bagi masyarakat.

Media Massa

Media yang digunakan dalam komunikasi massa, dengan ciri khas, mempunyai kemampuan memikat khalayak secara serempak (*simultaneous*) & serentak (*instaneous*).

Adapun Karakteristik Media Massa adalah sebagai berikut:

- **Publisitas**
Menyebarluaskan kepada khalayak, publik, atau orang banyak.
- **Universalitas**
Pesannya bersifat umum.
- **Perioditas**
Tetap atau berkala.
- **Kontinuitas**
Berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan jadwal mengudara (*on air*) atau jadwal terbit.
- **Aktualitas**
Berisi hal-hal baru.

PR & *Press Relations*

- **Pengertian *Press Relations***

Upaya-upaya untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi public relations dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi public organisasi yang bersangkutan.

Press Relations tidak hanya terkait dengan kalangan pers (media cetak), melainkan juga bentuk media lainnya.

- **Tujuan *Press Relations***

Menciptakan pengetahuan dan pemahaman, jadi jelas bukan semata-mata menyebarkan suatu pesan sesuai dengan keinginan perusahaan induk atau klien demi mendapatkan suatu citra atau sosok yang lebih indah daripada aslinya di mata umum.

Hal Pokok *Pers Relations*

- **Kebijakan Redaksi (Editorial)**, PR mengetahui pandangan dasar media yang melandasi pemilihan subjek yang akan diterbitkan.
- **Frekuensi Penerbitan**, PR mengetahui apakah media tersebut terbit harian, mingguan, bulanan, serta jumlah edisi yang diterbitkan dalam satu kali penerbitan.
- **Tanggal Terbit**, agar PR dapat menentukan kapan saat terakhir (deadline) sebuah naskah diserahkan ke redaksi untuk penerbitan yang akan datang.
- **Proses Percetakan**, PR mengetahui apakah media tersebut dicetak secara biasa (letterpress), teknik fotogravur, litografi, fleksografi, offset-litho.
- **Daerah Sirkulasi**, PR mengetahui apakah sirkulasi media tersebut berskala lokal, nasional, atau internasional.
- **Jangkauan Pembaca**, PR dituntut untuk mengetahui kelompok usia, jenis kelamin, pekerjaan, status sosial, intinya berapa & siapa saja khlayak pembaca media tersebut.
- **Metode Distribusi**, PR juga harus mengetahui bagaimana media mendistribusikan terbitannya, seperti melalui pos, toko buku, door to door, atau sistem langganan.

Prinsip Press Relations

Memahami & melayani media

Membangun reputasi sebagai pihak yang dapat dipercaya

Menyediakan salinan naskah yang baik

Bekerjasama dalam penyediaan materi

Menyediakan fasilitas verifikasi

Membangun hubungan personal yang kokoh

Kegiatan *Press Relations*

- ***Press Conference***, pemberian informasi mengenai topik/berita yang sedang hangat dibicarakan secara simultan/bersamaan oleh pihak perusahaan/pemerintah maupun PR dengan sekelompok wartawan media, biasanya mendadak
- ***Press Briefing***, pemberian informasi yang diselenggarakan secara reguler oleh PR.
- ***Press Tour***, kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan/lembaga untuk mengunjungi daerah/tempat tertentu dengan mengajak kalangan pers, disebut juga *Facility Visit*.
- ***Press Release (News Release)***, terbitan yang digunakan oleh PR untuk menyebarkan berita kepada pers maupun kepada publik melalui pers.
- ***Special Events***, kegiatan khusus yang diadakan oleh PR untuk meningkatkan pengetahuan & daya tarik publik.
- ***Press luncheon/Press Reception***, PR mengadakan jamuan bagi wakil media, sehingga pers bisa bertemu langsung dengan manajemen perusahaan.
- ***Interview***, wawancara yang sifatnya lebih pribadi antara PR (perusahaan) dengan media/pers.