



Pengantar Public Relations
II. Definisi, Essensi, & Tujuan PR

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

Definisi PR menurut Ahli

- **JC. Seidel (PR Director, Division of Housing, State of New York):**

“PR adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha management untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya, & publik pada umumnya. Ke dalam dengan cara mengadakan analisa & perbaikan terhadap diri sendiri, ke luar dengan cara mengadakan pernyataan-pernyataan”.

- **W. Emerson (PR Director, Colgate University):**

“PR adalah kelanjutan dari proses-proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari mereka”.

- **Howard Bonham (Vice Chairman American National Red Cross):**

“PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi atau badan”.

Essensi PR

F. Rachmadi

- **PR merupakan** satu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, & citra yang baik dari publik atau masyarakat.
- **Sasaran PR adalah** menciptakan opini publik yang *favorable*, artinya menguntungkan semua pihak.
- **PR merupakan** unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau perusahaan.
- **PR adalah** usaha yang kontinyu untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan masyarakat, melalui suatu proses komunikasi timbal balik.

Onong Uchjana Effendi

- **Humas adalah** kegiatan komunikasi dalam organisasi yg berlangsung dua arah secara timbal balik.
- **Humas merupakan** penunjang tercapainya tujuan yng ditetapkan oleh manajemen suatu perusahaan.
- **Publik yang menjadi sasaran kegiatan Humas adalah** publik internal & eksternal.
- **Operasionalisasi Humas adalah** membina hubungan harmonis antara organisai dengan publik & mencegah terjadinya rintangan psikologis yang timbul dari pihak organisasi maupun publik.

Tujuan PR (Universal)

```
graph TD; A[Tujuan PR (Universal)] --> B[Menciptakan Citra yang positif]; B --> C[Memelihara Citra yang positif]; C --> D[Meningkatkan Citra yang positif]; D --> E[Memperbaiki Citra jika rusak/menurun];
```

Menciptakan Citra yang positif

Memelihara Citra yang positif

Meningkatkan Citra yang positif

Memperbaiki Citra jika rusak/menurun

The PR Transfer Process

Tujuan PR menurut Frank Jeffkins disebut *The PR Transfer Process*, yaitu mengubah situasi negatif ke situasi positif :

