

Pengertian dan Kegiatan Public Relations yang Diterapkan di Indonesia Selama 1996-2000

Aritonang, Ihut Murni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184997&lokasi=lokal>

Abstrak

Dunia public relations menjadi lebih penting perannya dalam dunia usaha dari waktu ke waktu. Dalam keadaan yang demikian, apa pengertian dan kegiatan public relations yang diterapkan di Indonesia merupakan hal yang menarik untuk dikaji. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penerapan public relations di Indonesia dan untuk mengidentifikasi pengertian dan kegiatan public relations yang digunakan dan dilakukan oleh praktisi pada pemerintahan dan perusahaan di Indonesia selama 1996-2000. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi content analysis, yaitu secara sistematis mengobservasi dan menganalisa isi artikel. Variabel yang diteliti adalah waktu, isu, pengertian, tugas, strategi, dan publik. Obyek yang dianalisis adalah opini nara sumber dalam artikel. Setelah terkumpul, data yang tersedia disiapkan dan dikuantifisir untuk memudahkan analisa. Penulis mengidentifikasi 7 buah kategori pengertian public relations yang digunakan di Indonesia selama periode yang diteliti, 14 buah kategori tugas dan strategi yang dilaksanakan, dan 11 buah kategori publik yang ditangani. Dari kategori-kategori ini, pengertian bahwa PR adalah pembuat citra baik adalah yang paling sering digunakan, tugas untuk konseling dan sebagai penghubung, serta strategi publisitas adalah yang paling sering dilaksanakan, dan masyarakat adalah publik yang paling sering ditangani.