

Analisa peran dan aktivitas public relations di sebuah organisasi dan perkembangannya di era digital

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20408257&lokasi=lokal>

Abstrak

Public Relations (PR) mungkin bukan hal yang baru untuk dibahas. Penelitian-penelitian tentang PR sudah banyak dilakukan karena bidang ini sudah berkembang sejak lama. Tetapi penulis menemukan fenomena bahwa peran PR saat ini sudah semakin berkembang seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Upaya menumbuhkan citra positif perusahaan bukan hanya dilakukan melalui media event (off-line) saja, tetapi juga merambah ke dunia internet (on-line). Hal ini harus dilakukan karena terjadi pergeseran perilaku masyarakat yang menjadi stakeholder perusahaan. Masyarakat yang dihadapi saat ini kita sebut sebagai generasi Y, yaitu mereka yang sangat akrab dengan teknologi informasi dan social media. Tulisan ini membahas mengenai peran dan aktivitas Public Relations dengan dua perspektif, yaitu perspektif peran PR di era konvensional dan di era digital. Adapun objek dari tulisan ini adalah divisi PR yang baru dibentuk di PT Gramedia Pustaka Utama (GPU). Uniknya, sebagai divisi yang baru PR di GPU sudah menekankan pada pentingnya peran digital PR. Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa Praktisi PR di GPU sudah menjalankan peran teknisi komunikasi, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah. Praktisi PR di GPU juga sudah melakukan sejumlah aktivitas PR berdasarkan konsep dari Jefkins dan Yadin (2009). Media yang paling dominan digunakan oleh praktisi PR di GPU dalam mengelola komunikasi dengan publik, khususnya pembaca dan penulis adalah melalui internet dan social media. Langkah strategis ini dilakukan dengan pemahaman bahwa publik/stakeholder yang dihadapi sudah semakin akrab dengan internet sebagai sarana komunikasi utama.