

Peranan humas dalam hubungan media massa (perbandingan humas internal dan konsultan humas)

Andriani Winoto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=79080&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Peranan hubungan masyarakat atau public relations (PR) semakin dirasakan penting dalam menunjang keberhasilan program komunikasi perusahaan secara umum, maupun secara khusus dalam lingkup kegiatan pemasaran, baik pemasaran produk maupun jasa. Kegiatan ini umum dikenal sebagai marketing public relations. Sejalan dengan semakin dirasakan pentingnya dukungan PR, maka humas internal ataupun konsultan PR semakin pula diperlukan.

Tesis ini menelaah kekuatan, kelebihan serta kekurangan dan kelemahan humas internal dan konsultan PR, dalam menjalankan peranannya ditinjau dari evaluasi kegiatan media relations dalam konteks marketing public relations. Industri yang menjadi bahan telaah adalah penerbangan, khususnya pembukaan jalur penerbangan baru Jakarta-Melbourne. Pemilihan industri penerbangan adalah karena sifatnya yang rentan terhadap krisis sehingga dukungan PR mutlak diperlukan.

Tujuan penelitian adalah memberi masukan dan pertimbangan dalam penetapan pilihan untuk mengelola secara internal divisi humas, atau memanfaatkan jasa konsultan, atau memakai kombinasi ke duanya. Dan bagaimana mengevaluasi kegiatan media relations sehingga dapat dilakukan upaya peningkatan kualitas hubungan yang ada.

Evaluasi dilakukan atas tahap persiapan dan implementasi program media relations, yaitu isi dan format materi informasi ke media massa, analisis isi liputan, dan wawancara dengan lima media massa berjangkauan nasional. Analisis isi liputan mengacu pada sistim skoring Quentin Bell. Metode penelitian adalah deskriptif.

Hasil evaluasi menunjukkan sistim skoring Bell bermanfaat untuk menganalisa isi liputan secara sederhana namun meliputi hampir semua aspek yang mewakili karakteristik yang dianggap penting oleh media. Hasil lainnya adalah kriteria keberhasilan media relations bukan kuantitas tapi kualitas liputan. Merpati Nusantara Airlines memperoleh liputan secara luas tapi dari sisi kualitas memiliki nilai skor lebih rendah dibandingkan Ansett Australia Airlines, sehingga kegiatan media relations Ansett Australia dikatakan lebih berhasil.

Penerapan evaluasi dalam jangka panjang akan memungkinkan proyeksi hasil analisis kualitas kegiatan media relations secara lebih tepat. Data yang ada akan bermanfaat untuk memahami kelemahan dan kekuatan program PR dan karakteristik media secara lebih akurat, sehingga upaya perbaikan dan perencanaan dapat dilakukan lebih efektif.

Sesuai tujuan dan karakteristik perusahaan, maka pilihan Merpati Nusantara Airlines untuk mengelola humas secara internal sudah tepat, demikian pula Ansett Australia Airlines dalam memanfaatkan konsultan PR. Namun dalam melaksanakan peranan dalam media relations, hasil wawancara menunjukkan masih perlunya peningkatan kualitas masing-masing.

Guna meningkatkan kinerja praktisi PR, penulis menyampaikan saran: diterapkannya analisis isi liputan secara intensif, ditingkatkannya upaya mendukung citra perusahaan bagi humas internal, dan pemahaman produk lebih mendalam oleh konsultan PR. Praktisi PR perlu lebih proaktif menjalankan peranannya dalam media relations. Evaluasi kegiatan PR secara berkala dan berkesinambungan perlu dilakukan, baik melalui analisis isi liputan maupun dengan membuka forum komunikasi dengan media massa sebagai mitra utama.