

**Edisi
3**



Public Relations

Profesi dan Praktik

Dan Lattimore • Otis Baskin
Suzette T. Heiman • Elizabeth L. Toth



**Penerbit
Salemba Humanika**



>> Buku Asli Berstiker Hologram

Public relations merupakan sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu dalam mendefinisikan filosofi, dan memfasilitasi perubahan organisasi. Para praktisi public relations berkomunikasi dengan semua masyarakat internal dan eksternal yang relevan untuk mengembangkan hubungan yang positif serta menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat. Di sisi lain, media sosial, komunikasi krisis, praktik global, dan perubahan pada struktur organisasi merupakan faktor yang berpengaruh kuat pada perkembangan praktik public relations pada abad ke-21, sehingga profesi sebagai public relations terus muncul sebagai kekuatan utama dalam masyarakat global. Oleh karena itu, para praktisi public relations dituntut untuk memiliki keterampilan dan kapabilitas yang beragam untuk menunjang keberhasilan pekerjaan mereka.

Buku **Public Relations: Profesi dan Praktisi Edisi Ketiga** ini memberikan penyajian yang cukup komprehensif kepada para pembaca dalam memahami prinsip-prinsip yang mendasari praktik public relations dengan memberi pandangan tentang kemungkinan penggunaan media komunikasi yang baru dan media lama yang dipercaya sebagai alat untuk praktik public relations. Pembahasan masing-masing bab dibingkai dalam konteks sejarah, kerangka teoretis, serta fondasi hukum dan etik dari profesi public relations. Seperti edisi-edisi sebelumnya. Penulisan dalam buku ini tetap mempertahankan gaya yang personal dan mudah dipahami para pembaca. Selain itu, fitur-fitur, seperti *Sekilas Kasus* dan *Spotlight* berguna dalam merefleksikan realitas dunia public relations.

Materi yang dibahas dalam buku ini mencakup:

Bagian 1 Profesi

- Bab 1 Hakikat Public Relations
- Bab 2 Sejarah Public Relations
- Bab 3 Dasar Teori Public Relations
- Bab 4 Hukum dan Etika

Bagian 2 Proses

- Bab 5 Riset Memahami Opini Publik
- Bab 6 Perencanaan Strategis bagi Efektivitas Public Relations
- Bab 7 Aksi dan Komunikasi
- Bab 8 Mengevaluasi Efektivitas Public Relations

Bagian 3 Publik

- Bab 9 Media Relations
- Bab 10 Komunikasi Karyawan
- Bab 11 Community Relations
- Bab 12 Consumer Relations dan Pemasaran
- Bab 13 Investor Relations

Bagian 4 Praktik

- Bab 14 Public Affairs: Relasi dengan Pemerintah
- Bab 15 Public Relations dalam Organisasi Nirlaba
- Bab 16 Public Relations Perusahaan
- Bab 17 Beberapa Isu dalam Public Relations: Komunikasi Krisis, Media Sosial, dan Kemajuan Global



Penerbit
Salemba Humanika

ISBN: 978-979-17492-9-9



9 789791 749299

Daftar Isi

Daftar Isi Ringkas iii

Daftar Isi v

Kata Pengantar xv

Tentang Penulis xxi

Panduan Visual xxv

BAGIAN SATU Profesi 1

1 Hakikat Public Relations 2

TINJAUAN 3

APA ITU PUBLIC RELATIONS? 4

Definisi 4

Kerja Praktisi Public Relations 4

▪ Spotlight 1.1: Pernyataan Resmi PRSA tentang Public Relations 5

MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN KOMUNIKASI DUA ARAH 6

KELOMPOK BERPENGARUH, KEBIJAKAN, DAN ISU 6

PUBLIK DALAM PUBLIC RELATIONS 6

▪ Sekilas Kasus 1.1: Perubahan Tldm Global MTV 7

MENGUNAKAN KETERAMPILAN BERKOMUNIKASI SECARA EFEKTIF 8

MEMBEDAKAN PUBLIC RELATIONS DENGAN BIDANG TERKAIT LAINNYA 8

PARA PROFESIONAL PUBLIC RELATIONS DI TEMPAT KERJA 10

FUNGSI MANAJEMEN DAN KEPEMIMPINAN DALAM PUBLIC RELATIONS 12

Meningkatkan Sikap Tanggung Jawab Sosial 13

Pemimpin Public Relations dan Pengambilan Keputusan 14

CAKUPAN INDUSTRI PUBLIC RELATIONS 15

PROFIL DARI PRAKTIKSI PUBLIC RELATIONS 16

Pendidikan 16

Gaji 17

▪ Spotlight 1.2 Ikatan Mahasiswa Public Relations Amerika 17

Usia dan Gender 18

▪ Studi Kasus: Tugas Magang 18

RINGKASAN 18

ISTILAH KUNCI 19

CATANAN AKHIR 19

2 Sejarah Public Relations 20

TINJAUAN 21

TRADISI AHLI RETORIKA DAN AGEN PEMBERITAAN 22

Public Relations pada Masa Amerika Anteseden	23
Public Relations pada Masa Young Nation	24
P.T. Barnum dan Agen Pemberitaan	24
Sisi Negatif dari Agen Pemberitaan	24
TRADISI JURNALISTIK DAN PUBLISITAS	25
Permulaan Konsultan Public Relations	26
Organisasi Nirlaba dan Gerakan Sosial	28
Permulaan Departemen Komunikasi Perusahaan	29
Permulaan Public Relations Pemerintahan	29
TRADISI KAMPANYE KOMUNIKASI PERSUASIF	30
Komite Creel	30
Edward Bernays	30
TRADISI MEMBANGUN HUBUNGAN DAN KOMUNIKASI DUA ARAH	31
Arthur Page	31
Depresi dan Perang Dunia II	33
Pasca-Perang Dunia II	33
▪ Spotlight 2.1: Para Pelopor Public Relations	34
▪ Sekilas Kasus 2.1: Carl Byoir dan FDR	36
Harold Burson	37
Moss Kendrix	38
Profesionalisasi Bidang Ini	39
▪ Spotlight 2.2: Tradisi Konseptual dalam Public Relations	41
Kelompok Stakeholder Baru	41
MASYARAKAT INFORMASI GLOBAL	42
Internet	43
Tuntutan Komunikasi Global	43
Berkembangnya Saluran Komunikasi	44
▪ Studi Kasus: Kecelakaan di Pennsylvania Railroad, 1906	44
RINGKASAN	46
ISTILAH KUNCI	46
CATATAN AKHIR	46

3 Dasar Teori Public Relations 48

TINJAUAN	49
MENDEFINISIKAN TEORI	50
TEORI-TEORI HUBUNGAN	51
Teori Sistem	51
▪ Spotlight 3.1: Kontribusi Pat Jackson terhadap Public Relations	51
Teori Situasional	53
TEORI PERSUASI DAN PENGARUH SOSIAL	55
Teori Pertukaran Sosial	55
▪ Sekilas Kasus 3.1: DaimlerChrysler: Road Ready Teens	56
Teori Difusi	57
Teori Pembelajaran Sosial	58
Model Elaborasi Kemungkinan	59
TEORI KOMUNIKASI MASSA	60
Teori Manfaat dan Gratifikasi	60
Teori Pengaturan Agenda	61
PERAN PUBLIC RELATIONS	61
▪ Spotlight 3.2: Teori yang Digunakan dalam Public Relations	62
MODEL PUBLIC RELATIONS	63
PENDEKATAN TERHADAP RESOLUSI KONFLIK	65
▪ Studi Kasus: Citizens to Stop the Coal Trains: Perpanjangan Masa Tanggapan Publik	67
RINGKASAN	70
ISTILAH KUNCI	70
CATATAN AKHIR	70

4 Hukum dan Etika 72

TINJAUAN	73
LINGKUNGAN HUKUM	74
Hak dan Batasan dalam First Amendment	74
▪ Sekilas Kasus 4.1: Nike dan Kebebasan Commercial Speech	76

Agensi Regulasi Pemerintah	80
Regulasi Bisnis Umum	82
Pertimbangan Hukum Seputar Internet	84
Proses Pengadilan Public Relations	85
LINGKUNGAN ETIKA	86
Etika sebagai Standar Perilaku Sosial	86
Etika Individual	87
Etika Bisnis	88
▪ Sekilas Kasus 4.2: FEMA: Konferensi Pers Palsu	88
Membangun Standar bagi Profesi yang Sedang Berkembang	90

Kode Etik PRSA	90
Kode Etik IABC	90
▪ Spotlight 4.1: Sebuah Pesan dari Dewan Standar Profesional dan Kode Etik PRSA	91
Pertanyaan Pemberi Izin	93
▪ Spotlight 4.2: Kode Etik IABC bagi Komunikator Profesional	94
▪ Studi Kasus: Liga Utama Baseball dan Steroid	95
RINGKASAN	97
ISTILAH KUNCI	97
CATATAN AKHIR	98

BAGIAN DUA Proses 99

5 Riset: Memahami Opini Publik 100

TINJAUAN	101
PERLUNYA RISET DALAM PUBLIC RELATIONS	102
<i>Studi Kasus Integral: Cedar Springs Community Hospital Segmen 1</i>	<i>102</i>
MEMBUKTIKAN NILAI PUBLIC RELATIONS	105
Teknik Riset Informal atau Riset Pendahuluan	106
Teknik Riset Ilmiah/Formal	110
▪ Sekilas Kasus 5.1: Ringkasan Survei Gambaran Kota Memphis	112
Mengumpulkan Data Riset Formal	113
MENGUKUR OPINI PUBLIK	116
Opini Massa	116
Opini Publik	117
Mengidentifikasi Publik	117
Pemantauan Lingkungan	118
TEKNIK KHUSUS RISET PUBLIC RELATIONS	119
Audit Public Relations	119
Survei Gambaran Organisasi	120

Audit Komunikasi	121
Riset tentang Kegunaan	122
Audit Sosial	122
▪ Spotlight 5.1: Istilah Riset dalam Bahasa Umum	123
▪ Studi Kasus: Kampanye Donor Darah Universitas	124
RINGKASAN	124
ISTILAH KUNCI	125
CATATAN AKHIR	125

6 Perencanaan Strategis bagi Efektivitas Public Relations 126

TINJAUAN	127
PERENCANAAN STRATEGIS	128
<i>Studi Kasus Integral: Cedar Springs Community Hospital Segmen 2</i>	<i>128</i>
PENTINGNYA PERENCANAAN	129
POKOK-POKOK PERENCANAAN PUBLIC RELATIONS	130
ELEMEN PERENCANAAN	132
Rencana Kampanye (Penggunaan Tunggal)	132

▪ Spotlight 6.1: Rencana Kampanye Departemen Kesehatan Rhode Island untuk Mendorong Screening Kanker Payudara 139 - Management by Objectives 140 - Rencana Berkelanjutan 140 ▪ Spotlight 6.2: Public Relations by Objectives 141 ▪ Sekilas Kasus 6.1: Tragedi yang Tak Bisa Dielakkan; Rencana Darurat NASA 142	- Pemahaman (Persepsi Selektif) 167 - Retensi dan Aksi (Retensi Selektif dan Aksi) 169
▪ Studi Kasus: Galeri Kodak 143	▪ Studi Kasus: University Hospital 169
RINGKASAN 145	RINGKASAN 170
ISTILAH KUNCI 145	ISTILAH KUNCI 170
CATATAN AKHIR 146	CATATAN AKHIR 171
7 Aksi dan Komunikasi 148	8 Mengevaluasi Efektivitas Public Relations 172
TINJAUAN 149	TINJAUAN 173
PUBLIC RELATIONS DALAM AKSI 150	EVALUASI BAGI PROGRAM DAN AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS 174
<i>Studi Kasus Integral: Cedar Springs Community Hospital Segmen 3</i> 150	EVALUASI TRADISIONAL 174
▪ Sekilas Kasus 7.1: The Pepsi Hoax 151 - Memengaruhi Keputusan Manajemen 152 - Difusi Informasi 153 - Memfasilitasi Proses Adopsi 155 - Merancang Matriks Public Relations 157	PERLUNYA RISET EVALUASI 175
PRAKTIKI SEBAGAI KOMUNIKATOR 158	<i>Studi Kasus Integral: Cedar Springs Community Hospital, Segmen 4</i> 177
Prinsip Penulisan Efektif 158	MENGUKUR HARGA USAHA PUBLIC RELATIONS 178
▪ Spotlight 7.1: Tips Menulis Efektif 159 - Pemilihan Media 160 ▪ Spotlight 7.2: Petunjuk Penulisan Internet 161 ▪ Spotlight 7.3: 33 Petunjuk Bagi Pembuatan Situs Web Efektif, yang Berdasarkan Riset 162	Pengukuran yang Jadi Masalah 178
BAGAIMANA AGAR DIDENGARKAN 166	▪ Sekilas Kasus 8.1: Pentingnya Evaluasi 178 - Strategi Pengukuran 180 - Sumber Kesalahan Pengukuran 184
Perhatian (Perhatian Selektif) 166	EVALUASI SISTEM TERTUTUP 185
	Desain Pretest/Posttest 186
	Kerugian dari Metode Sistem Tertutup 187
	EVALUASI SISTEM TERBUKA 187
	Pendekatan Jangka Pendek dan Berkelanjutan 189
	Praktik Aktual Perencanaan Sistem Terbuka 189
	SOFTWARE EVALUASI 192
	▪ Studi Kasus: River City Symphony 193
	RINGKASAN 194
	ISTILAH KUNCI 194
	CATATAN AKHIR 194

BAGIAN TIGA Publik 197

9 Media Relations 198

TINJAUAN 199

MEDIA RELATIONS 200

HUBUNGAN ANTARA JURNALIS
DAN PRAKTIKSI 200

- **Sekilas Kasus 9.1: Serangan
Harimau yang Fatal di Kebun
Binatang San Fransisco** 202

Pandangan Praktisi Public Relations
terhadap Jurnalis 202

Saling Ketergantungan 203

Membangun Hubungan Positif 203

PERAN MEDIA DALAM PUBLIC
RELATIONS 205

Surat Kabar 205

Newswires 206

Majalah 206

Radio 207

TV dan TV Kabel 207

Jasa Berita Online 207

MEDIA SOSIAL 207

BEKERJA DENGAN MEDIA 208

- **Spotlight 9.1: Istilah Media Sosial** 209

Bersiap Bertemu dengan Media 210

Strategi Persiapan 211

Riset dan Perencanaan dalam
Media Relations 211

ELEMEN PROGRAM MEDIA RELATIONS 212

Mengemas Rilis Berita 216

Mendistribusikan Rilis Berita 216

Mengorganisasi Konferensi Pers 217

PENGUNAAN VIDEO 218

PERAN TEKNOLOGI DALAM
PUBLIC RELATIONS 219

Internet 219

- **Spotlight 9.2: The Blogosphere** 220

Blog, Podcasts, dan RSS Feeds 220

Wiki, Intranet, Ekstranet, dan Situs Web 222

- **Studi Kasus: Badai Katrina
Mengungkap Media Relations yang
Baik, Buruk, dan Jelek** 224

RINGKASAN 228

ISTILAH KUNCI 228

CATATAN AKHIR 229

10 Komunikasi Karyawan 230

TINJAUAN 231

- **Sekilas Kasus 10.1: Mempertahankan
Karyawan: Majikanlah yang
Sedang Diujicoba** 233

PERAN KOMUNIKASI KARYAWAN 233

KONSEP BUDAYA ORGANISASI 234

Menciptakan Kebijakan Komunikasi 235

Perubahan Organisasi 236

PENTINGNYA KOMUNIKASI
KARYAWAN 237

Situasi Komunikasi Karyawan Khusus 237

MEDIA KOMUNIKASI KARYAWAN 240

Sasaran Media Internal 241

Memulai Media Internal 243

Mengontrol Media Internal 244

Media Berkala dan Khusus 244

- **Spotlight 10.1: Blog yang Wajib Dibaca
oleh Komunikator Karyawan** 248

- **Studi Kasus: Memelihara Employee
Relations dalam Sebuah Tragedi** 248

RINGKASAN 250

ISTILAH KUNCI 251

CATATAN AKHIR 251