

# DASAR-DASAR HUBUNGAN MASYARAKAT

Materi Kurikulum & Panduan Komprehensif Public Relations (PR)

**Mata Kuliah:** Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat

**Penyusun:** Tim Akademik & Pengembang Kurikulum

**Modul:** Pendahuluan & Konsep Utama

**Format:** Panduan Studi Lengkap

## 1. Pengertian dan Hakikat Humas

**Hubungan Masyarakat (Humas)** atau secara internasional dikenal sebagai *Public Relations* (PR) adalah fungsi manajemen strategis yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individu atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan program aksi untuk mendapatkan pemahaman, penerimaan, dan dukungan publik.

### Karakteristik Utama Kegiatan PR:

- **SENGJA Deliberate:** Kegiatan yang dirancang khusus untuk memengaruhi, meraih pemahaman, dan memberikan informasi yang akurat.
- **TERENCANA Planned:** Aktivitas terorganisir, memiliki tenggat waktu jelas, dan bersifat berkesinambungan/jangka panjang.
- **KINERJA Performance:** PR yang efektif berlandaskan pada kebijakan nyata serta kinerja riil dari organisasi.
- **PUBLIK Public Interest:** Menyelaraskan kepentingan internal organisasi dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat umum.

### Definisi Pakar:

*"PR adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi untuk memperoleh pemahaman, simpati, dan dukungan dari publik." — IPRA (International Public Relations Association)*

## 2. Sejarah dan Perkembangan Singkat Humas

Perkembangan Humas mengalami transformasi mendasar seiring bertambah kompleksnya dinamika media dan masyarakat:

- **Era Awal (Propaganda & Pers Agantry):** Berfokus pada komunikasi satu arah untuk memengaruhi opini publik tanpa mementingkan akurasi penuh. Tokoh seperti Ivy Lee memperkenalkan transparansi informasi dan keterbukaan media.
- **Era Konstruktif (Edward Bernays):** Memasukkan teori psikologi dan sosiologi ke dalam praktik PR, menggeser fokus dari penyebaran informasi menjadi pembentukan persepsi dan persuasi ilmiah.

- **Era Modern (Komunikasi Dua Arah Simetris):** PR berfokus pada dialog interaktif, reputasi digital, manajemen krisis, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility / CSR*).

### 3. Empat Model Komunikasi Humas (Grunig & Hunt)

Dalam teori PR modern, terdapat 4 model utama dalam pelaksanaan komunikasi organisasi:

| Model PR                          | Sifat Komunikasi               | Tujuan Utama                                     | Penerapan Utama                                      |
|-----------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Press Agantry / Publisitas</b> | Satu arah (Akurasi terabaikan) | Propaganda & menarik perhatian media             | Industri hiburan, promosi acara                      |
| <b>Informasi Publik</b>           | Satu arah (Akurasi tinggi)     | Penyebaran informasi faktual & akurat            | Lembaga pemerintah, organisasi nirlaba               |
| <b>Asimetris Dua Arah</b>         | Dua arah (Tidak seimbang)      | Persuasi ilmiah & perubahan sikap publik         | Pemasaran komersial & industri bisnis                |
| <b>Simetris Dua Arah</b>          | Dua arah (Seimbang)            | Saling pengertian, negosiasi, & resolusi konflik | Manajemen krisis, hubungan pemangku kepentingan, CSR |

### 4. Peran dan Fungsi Humas dalam Organisasi

Berdasarkan kajian Dozier & Broom, peran praktisi Humas terbagi dalam empat kategori utama:

1. **Penasihat Ahli (*Expert Prescriber*):** Membantu manajemen mencari solusi atas masalah hubungan publik yang dihadapi organisasi secara objektif.
2. **Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*):** Bertindak sebagai mediator dan jembatan komunikasi dua arah antara organisasi dan publiknya.
3. **Fasilitator Pemecahan Masalah (*Problem-Solving Process Facilitator*):** Anggota tim strategis dalam menangani krisis dan mengambil keputusan manajemen.
4. **Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*):** Menyediakan layanan teknis operasional seperti penulisan siaran pers, pengelolaan media sosial, dan pembuatan buletin.

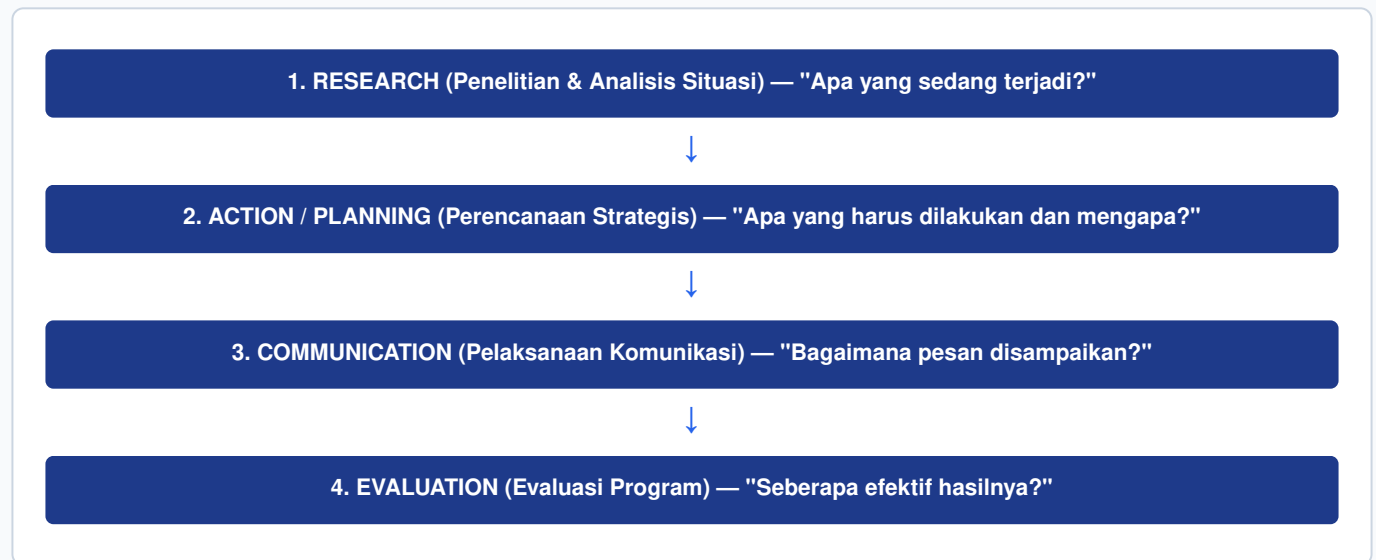
### 5. Ruang Lingkup Kerja Humas

| Ruang Lingkup          | Sasaran Utama (Publik)                       | Fokus Program & Fungsi                                                                               |
|------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Humas Internal</b>  | Karyawan, Manajemen, Pemegang Saham          | Employee relations, majalah internal, RUPS, komunikasi antar-divisi, membangun budaya kerja.         |
| <b>Humas Eksternal</b> | Media Massa, Konsumen, Pemerintah, Komunitas | Media relations, konferensi pers, CSR, hubungan pemerintah (lobbying), penanganan keluhan pelanggan. |

## 6. Metodologi Kerja Humas (Metode 4 Langkah RACE)

---

Setiap program kerja Humas yang terukur harus dijalankan melalui empat tahapan terstruktur:



## 7. Kode Etik dan Tanggung Jawab Profesi

---

Praktisi Humas profesional wajib menjunjung tinggi etika profesi yang diatur oleh lembaga internasional (IPRA) maupun nasional (PERHUMAS):

- **Integritas & Kejujuran:** Menyampaikan informasi yang akurat dan melarang keras penyebaran berita bohong (hoaks/spin).
- **Kerahasiaan Informasi:** Menjaga data dan informasi rahasia klien atau perusahaan dari pihak tak berwenang.
- **Menghindari Konflik Kepentingan:** Menjaga independensi dan tidak menerima imbalan yang dapat merusak objektivitas kerja.
- **Penghormatan pada Media:** Tidak melakukan tindakan suap atau gratifikasi kepada jurnalis/media demi pemberitaan positif.