

“Media Sebagai Alat Publikasi Humas”

Disampaikan Abdul Haris, M.Si
Kuliah Pertemuan 15, 12 Juli 2023

Arus informasi yang begitu kuat serta perkembangan teknologi yang tak terbendung lagi membuat para professional Public Relations harus tanggap dan cepat dalam menyesuaikan diri. Sejak kemunculan internet di tahun 90-an, kerja Public Relations pun mengalami tantangan. Betapa tidak, semula kinerja seorang Public Relations diukur dari seberapa baik mereka membuat tulisan di surat kabar dalam menyampaikan press release. Kini professional Public Relations haruslah mampu menggunakan berbagai media di internet dan memanfaatkan berbagai alat komunikasi yang super canggih untuk mengkomunikasikan pesan.

Public Relations merupakan fungsi manajemen yang tujuan utamanya adalah untuk membentuk reputasi perusahaan di publik agar baik. Hubungan yang dibangun untuk dapat membentuk reputasi perusahaan yang positif bersifat *long term*. Tidak hanya mengenal saja, tetapi juga mengelola hubungan agar tetap berjalan baik dan berkesinambungan. Oleh karena reputasi dibentuk melalui hubungan jangka panjang, maka fokus reputasi kepada publiknya lebih mendalam sebab yang dibangun adalah rasa kepercayaan dan pengertian sehingga bukan hanya sekedar mencari keuntungan semata. Ada tanggung jawab sosial perusahaan yang dijalankan oleh sang Public Relations sebagai wujud perhatian dan sumbangsih perusahaan terhadap lingkungan sosial, khususnya lingkungan dimana public perusahaan berada.

Kekuatan yang ditekankan oleh seorang Public Relations adalah pesan dan untuk dapat menyampaikan pesan dengan baik tidaklah membutuhkan banyak biaya. Public Relations justru harus mampu untuk menyampaikan pesan dengan cara yang ekonomis namun memiliki dampak yang luar biasa. Kemunculan internet yang kemudian melahirkan media sosial yang beragam ini sangat membantu kerja Public Relations. Mulai dari Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Blog, hingga Youtube dapat dimanfaatkan untuk publikasi. Keberadaan media saat ini amat diperlukan oleh professional Public Relations, sebab media merupakan alat untuk publikasi, tempat untuk membangun support terhadap perusahaan, sebagai sarana dalam membangun reputasi sebab media tak berjarak dari seseorang sehingga akses informasi dan publikasi yang disampaikan melalui media diasumsikan lebih cepat sampai. Keberadaan media juga dibutuhkan untuk membangun jaringan agar penyebarluasan informasi bisa lebih cepat jika ada jaringan yang mensupport.

Pemanfaatan media di internet sebagai alat untuk mengkomunikasikan pesan membutuhkan elemen-elemen yang dapat mensupport tersampainya pesan dengan baik. Pertama adalah Aktif,

sebab masyarakat informasi itu selalu merasa lapar akan informasi dan mereka mengonsumsi informasi dengan begitu cepatnya sehingga apabila tidak ada pembaharuan informasi dan cenderung pasif maka perhatian public akan beralih. Kedua adalah menjadi perwakilan yang baik dari perusahaan, bagaimanapun juga Public Relations adalah ujung tombak citra perusahaan. Ketika pesan yang disampaikan tidak baik dan cenderung memancing keresahan maka itu akan berdampak pada reputasi perusahaan pula. Ketiga adalah perhatian atau responsive atas keluhan atau masukan yang diperoleh, sebab komentar dan keluhan apapun bisa disampaikan di media, sehingga ketika Public Relations menunjukkan perhatian dan juga respon yang positif maka juga akan berdampak pada reputasi perusahaan. Keempat adalah menjalin hubungan secara langsung juga diperlukan sebagai kelanjutan dari jaringan yang dibangun melalui media. Dengan demikian diharapkan pesan dapat tersampaikan dengan baik dan reputasi yang terbentuk di masyarakat sesuai dengan harapan perusahaan.

<https://binus.ac.id/malang/2017/09/media-sebagai-alat-publikasi-public-relations/>