

Minggu 01



Kompetensi

Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai sudut pandang dalam memahami *Public Relations* (PR)



Apa itu *Public Relations?*

2

PR sebagai suatu Profesi



PR merupakan lapangan pekerjaan sebagaimana profesi lainnya (wartawan, guru, pengacara, dll). Profesional PR bisa berperan sebagai teknisi maupun konseptor.

PR sebagai suatu Divisi/ Bagian Departemen



PR sebagai bagian dari tim “pengelola” organisasi atau perusahaan, selayaknya bagian keuangan, personalia, pemasaran dan sebagainya.

PR sebagai suatu Aktivitas



adalah aktivitas komunikasi dua arah dengan *public* (internal/eksternal), yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu/ kerjasama.

PR sebagai Fungsi Manajemen



PR menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara organisasi dengan publiknya. Hal ini merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen dalam pencapaian tujuan organisasinya.

PR sebagai Ilmu Pengetahuan

PR termasuk di dalam golongan *applied science* yang *teleological* (ilmu pengetahuan terapan bertujuan). Sebagai suatu ilmu PR telah mempunyai cara-cara, teknik-teknik, metode, prosedur, prinsip, teori yang tersusun sebagai suatu sistem. PR adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada organisasi dalam melaksanakan fungsi manajemen.

Mengapa perlu PR?

- Khalayak semakin kritis.
- Munculnya kesadaran akan perlunya menjaga *relationship* dengan *stakeholder*.
- Tidak ada organisasi yang bisa hidup tanpa didukung publik



8

Ruang Lingkup

MANAGING RELATIONSHIPS



© 2007 Reputation, Chapter 1, February 2007