

Sebutkan dan jelaskan hubungan antara Jurnalistik, dengan pers, dan jurnalistik kemudian Jurnalistik dari sudut pandang proses, teknik, dan ilmu

Nama : puput karunia

Nim : 171910014

Kelas : ik7b

Makalah Dasar-dasar Humas

PENDAHULUAN

BAB 1

A. Latar Belakang

Hubungan masyarakat atau Public Relations adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat. Humas (PR) adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.

Public Relations (PR) merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya. Public relation atau hubungan masyarakat masih merupakan bidang baru terutama di Indonesia. Lahirnya public relations seperti yang dipraktikkan sekarang ialah karena adanya kemajuan-kemajuan dalam berbagai macam bidang itu. Kemajuan yang sekaligus merupakan juga kekuatan-kekuatan dalam masyarakat, memisahkan manusia kedalam berbagai kelompok atau golongan, yang masing-masing mempunyai tujuan sendiri dan berusaha untuk mencapai tujuan itu dengan sebaik-baiknya.

Berdasarkan hal-hal tersebut, maka untuk menciptakan kerja sama, public relations merupakan suatu kebutuhan dalam masyarakat dewasa ini, dimana orang-orangnya bergerak diberbagai bidang, misalnya dalam bidang industri, perusahaan, pendidikan, pemerintahan, kerokhanian, social ekonomi, politik perburuan dan sebagainya. Banyak orang tidak percaya dan sulit mempercayai bahwa humas bermanfaat bagi organisasi atau lembaganya, anggapan itu dikarenakan kesalahan penerapan humas itu sendiri, penerapan humas terkadang cenderung tidak terintegrasi dengan bagian yang lain, dan tidak terencana dengan baik, padahal humas tidak beda dengan fungsi manajemen yang lainnya, yang memerlukan perencanaan, pengorganisasian, aksi dan evaluasi, dalam arti kerja humas haruslah terencana dengan baik, dan dirumuskan tujuannya serta ditentukan tingkat keberhasilannya.

Pendekatan public relations memang tidak harus dilihat semata-mata sebagai aparat kelembagaan, seperti dalam wujud Bagian Humas atau Biro Humas. Yang utama, memang, penerapannya sebagai metode komunikasi oleh tiap karyawannya. Mengingat diperlukan waktu panjang untuk mengusahakan tiap karyawan mampu menerapkan public relations sebagai metode komunikasi dalam kehidupan dan kegiatan sehari-harinya, hadirnya public relations sebagai lembaga di lingkungan pemerintah kabupaten dan kota masih diperlukan. Selain dua pendekatan itu, masih dimungkinkan pendekatan ketiga yakni peran humas dirangkap top manager atau perangkat pemerintah lain. Kemungkinan lainnya, pemerintah mempekerjakan

konsultan jasa di bidang public relations yang berada di luar struktur pemerintahan, terus-menerus atau secara insidental.

Dalam era ini humas sebagai salah satu fungsi manajemen dalam lingkungan pemerintah kabupaten atau kota perlu tetap dipertahankan bahkan harus ditingkatkan perannya. Peningkatan perannya dengan jalan memperbarui dan menyesuaikan konsep humas pemerintah yang selama ini kita kenal, dan menerapkan konsep public relations dalam manajemen modern selaras tuntutan dan tantangan era Orde Reformasi, era Masyarakat Informasi dan era Otonomi Daerah.

BAB II PEMBAHASAN

A. Humas dan Opini Publik

1. Hubungan Masyarakat (Public relations)

Ø Kegiatan-kegiatan Humas

Kegiatan humas pada hakikatnya adalah kegiatan berkomunikasi dengan berbagai macam simbol komunikasi, verbal maupun nonverbal. Kegiatan komunikasi verbal, sebagian besar adalah pekerjaan mulai dari menulis proposal, artikel, progress report, menulis untuk presentasi, menulis untuk pers (press release), membuat rekomendasi dan sebagainya. Sedangkan verbal lisan antara lain jumpa pers, guest guide/open house announcer, presenter, desk informations dan sebagainya. Kegiatan komunikasi nonverbal meliputi penyelenggaraan pameran, seminar, special event, riset/penelitian, pers kliping dan sebagainya.

Kegiatan terbesar humas adalah menulis, editing, media relations, special event, berbicara, produksi, riset, programming dan konsultasi. Sedangkan penggunaan kegiatan yang menggunakan waktu terbesar adalah untuk koordinasi, perencanaan dan negosiasi. Kegiatan-kegiatan kehumasan meliputi;

- customer relations seperti membangun hubungan baik dengan pihak luar, maksudnya menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan public dan hubungan dengan konsumen.*
- Employee relations, seperti membangun hubungan antara pimpinan dengan bentuk kerjasama dan komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan.*
- Community relations, seperti membangun hubungan baik dengan pihak-pihak yang selama ini telah melakukan kerja sama dengan perusahaan yang kita wakili, menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar perusahaan dan komunitas-komunitas masyarakat tertentu.*
- Government relations, seperti menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah.*
- Media Relations, seperti menjalin hubungan baik dengan media, karna kerja humas tidak akan pernah berhasil tanpa adanya kerjasama yang baik dengan media, jadi hubungan itu harus dijaga dengan baik dan tidak ada yang dirugikan.*

Hal-hal yang tidak boleh dilakukan oleh seorang humas adalah:

- Menyalahgunakan kepercayaan, ini dapat berupa membocorkan rahasia, korupsi dll*
- Memberikan informasi-informasi yang tidak dapat dipertanggung jawabkan, yang sumbernya tidak jelas dan tidak dapat dicek.*
- Mengadakan kerja sama dengan individu atau kelompok yang dapat merugikan individu-individu lainnya, baik dari segi moral maupun segi lainnya.*

- Menggunakan metode-metode, cara-cara, teknik-teknik manipulasi yang dapat mengakibatkan seseorang atau orang akan kehilangan kebebasannya untuk bertindak sebagai respons terhadap tindakan-tindakan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Ø **Fungsi Humas**

Dalam buku *Public Relations : Teori dan Praktek* yang ditulis oleh Djanalis Djanaid (1993) disebutkan dua fungsi PR yaitu :

1. Fungsi Konstruktif

Dianalogikan sebagai “penata jalan “.Jadi, humas merupakan “garda” terdepan yang dibelakangnya terdiri dari “rombongan” tujuan-tujuan perusahaan. Peranan humas dalam hal ini mempersiapkan mental publik untuk menerima kebijakan organisasi untuk mengetahui kepentingan publik, mengevaluasi perilaku publik maupun organisasi untuk direkomendasikan kepada manajemen, menyiapkan prakondisi untuk mencapai saling pengertian, percaya dan saling membantu terhadap tujuan-tujuan publik atau organisasi yang diwakilinya.

2. Fungsi Korektif

Berperan sebagai pemadam kebakaran, yakni apabila sebuah organisasi atau lembaga terjadi masalah-masalah atau krisis dengan publik, maka humas harus berperan dalam mengatasi terselesaikannya masalah tersebut.

Sementara Cutlip and Center mengatakan bahwa fungsi PR meliputi hal-hal berikut:

- Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi.
- Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.
- Melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
- Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal.

Ø **Peranan Petugas Humas**

Peranan humas dapat dibedakan menjadi 2 yakni peranan manajerial yang dikenal dengan peranan di tingkat messo (manajemen) dapat diuraikan menjadi 3 peranan, yakni expert perceiver communication, problem solving process facilitator dan communication facilitator dan juga peranan teknis. Sehingga bisa dijelaskan lebih jauh terdapat 4 peranan yakni :

- expert perceiver communication.

Petugas PR di anggap sebagai orang yang ahli. Dia menasehati pimpinan perusahaan/organisasi. Hubungan mereka diibaratkan seperti hubungan dokter dan pasien.

- Problem solving process facilitator

Yakni petugas humas melibatkan diri atau dilibatkan dalam setiap manajemen/krisis. Dia menjadi anggota tim bahkan bila tidak memungkinkan menjadi leader dalam penanganan krisis manajemen.

- Communication facilitator

Petugas humas sebagai fasilitator atau jembatan komunikasi antara publik dengan perusahaan sebagai media atau penengah bila ada misscommunication.

- Technician Communication

Petugas humas dianggap sebagai pelaksana teknis komunikasi yang menyediakan layanan di bidang humas.

Ø **Tugas Humas**

Ada 3 tugas humas dalam organisasi yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas yakni :

- *Menginterpretasikan , menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi.*
- *Mempetemukan kepentingan organisasi/lembaga dengan kepentingan publik.*
- *Mengevaluasi program-program organisasi/lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik.*

2. **Opini Publik**

Opini Publik adalah sekumpulan pandangan individu terhadap isu yang sama yang berhubungan dengan arah opini, pengukuran intensitas, stabilitas, dukungan informasional dan dukungan sosial Menurut Emory Bogardus, opini public adalah hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan didalam masyarakat demokratis. Opini public bukan merupakan seluruh jumlah pendapat individu-individu yang dikumpulkan. Dengan demikian berarti :

- *Opini public itu bukan merupakan kata sepakat.*
- *Tidak merupakan jumlah pendapat yang dihitung secara numerical. , berapa jumlah orang terdapat dimasing-masing pihak,, sehingga mayoritas opini dapat disebut sebagai opini public.*
- *Opini public hanya dapat berkembang dinegara-negara demokratis dimana terdapat kebebasan bagi tiap individu untuk menyatakan pendapatnya dengan lisan, tertulis, gambar-gambar, isyarat dan lambang-lambang lainnya yang dapat dimengerti*

Dalam praktik kehumasan dalam menciptakan opini public ada 3 cara,yaitu sebagai berikut :

a. Tekanan (pressure)

Lebih banyak menggunakan pengaruh,baik secara individu yang mempunyai kewibawaan/charisma pribadi maupun berdasarkan kekuasaan jabatan atau kekuasaan tertentu.

b. Membeli (buying)

Sama dengan “membeli suara” alias menyogok dengan sejumlah uang (money politic) agar bias memperoleh dukungan,cara ini sering dipergunakan dalam kehidupan masyarakat dalam pemilihan kepala desa dan sebagainya ,termasuk kegiatan orsospol dalam pemilu untuk mencati dukungan suara lebih banyak.Kegiatan membeli suara opinipublik ini juga diperlukan dalam rapat pemegang saham di perusahaan, termasuk pihak pejabat humas (PRO) dalam berupaya menjaga publisitas di media pers atau citra lembaga/institusi di mata masyarakat dan pers dengan cara membelikan “amplop” kepada oknum wartawan yang selama ini telah dibina dalam aktivitas di lingkungan instansinya masing-masing.

c. Bujukan/ persuasi (persuasive)

Yang paling tepat atau wajar dalam aktivitas peranan PR dalam membentuk atau merekayasa opini public,yaitu dengan cara membujuk.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Opini Publik diantaranya adalah :

a) **Pendidikan**

Pendidikan, baik formal maupun non formal, banyak mempengaruhi dan membentuk persepsi seseorang. Orang berpendidikan cukup, memiliki sikap yang lebih mandiri ketimbang kelompok yang kurang berpendidikan. Yang terakhir cenderung mengikut.

b) **Kondisi Sosial**

Masyarakat yang terdiri dari kelompok tertutup akan memiliki pendapat yang lebih sempit daripada kelompok masyarakat terbuka. Dalam masyarakat tertutup, komunikasi dengan luar sulit dilakukan.

c) **Kondisi Ekonomi**

Masyarakat yang kebutuhan minimumnya terpenuhi dan masalah survive bukan lagi merupakan bahaya yang mengancam, adalah masyarakat yang tenang dan demokratis.

d) **Ideologi**

Ideologi adalah hasil kristalisasi nilai yang ada dalam masyarakat. Ia juga merupakan pemikiran khas suatu kelompok. Karena titik tolaknya adalah kepentingan ego, maka ideologi cenderung mengarah pada egoisme atau kelompokisme.

e) **Organisasi**

Dalam organisasi orang berinteraksi dengan orang lain dengan berbagai ragam kepentingan. Dalam organisasi orang dapat menyalurkan pendapat dan keinginannya. Karena dalam kelompok ini orang cenderung bersedia menyamakan pendapatnya, maka pendapat umum mudah terbentuk.

f) **Media Massa**

Persepsi masyarakat dapat dibentuk oleh media massa. Media massa dapat membentuk pendapat umum dengan cara pemberitaan yang sensasional dan berkesinambungan.

B. Konseptualisasi Humas

1. **Hubungan dengan public Intern**

Ø **Hubungan dengan karyawan**

Fungsi humas berkisar pada kegiatan menciptakan dan mewujudkan hubungan yang harmonis antara pimpinan organisasi dengan karyawan. Ini dilakukan dengan membinas hubungan yang sudah baik dan upaya mencegah terjadinya hubungan yang retak dan ini dilaksanakan dengan komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan oleh kahumas secara lisan maupun media yang berlangsung secara timbale balik. Dengan keterampilan berkomunikasi, kahumas dapat menjadi mediator untuk menyalurkan perasaan para karyawan kepada pimpinan, di lain pihak sebagai motivator untuk membangkitkan daya juang untuk berpartisipasi.

Ø **Hubungan dengan pemegang saham**

Pembinaan merupakan kegiatan komunikasi yang menjadi tugas kahumas (Stocjholder relation) antara lain sbb :

- Menyatakan selamat pada pemegang saham baru
- Mengirimkan berkala organisasi
- Menyampaikan laporan tahunan

2. **Hubungan dengan public ekstern**

Publik ekstern sebagai sasaran humas tersdiri atas orang-orang /masyarakat di luar organisasi, baik yang ada kaitannya dengan organisasi maupun yang diharapkan/diduga ada kaitannya dengan organisasi.

Ø **Hubungan dengan pelanggan**

Pekerjaan humas tidak hanya berjisar pada kegiaaaatan publikasi, tetapi juga kegiatan penyelidikan yang tidak jauh berbeda dengan spionase. Dengan terlibatnya kahumas dalam perang propaganda antara perusahaan-perusahaan saingannya, ia harus cekatan dan terampil

dalam berkomunikasi dan dalam memantau kegiatan lawan. Ia bersama staff harus membiasakan diri setiap hari membaca surat kabar dan penerbitan lain, mendengarkan radio terutama radio swasta niaga yang biasa menyiarkan iklan dan menonton televisi untuk mengetahui kalau ada propaganda dari perusahaan lawan yang cenderung merebut public yang telah dibinanya.

Ø **Hubungan dengan Komunitas**

Definisinya menurut Wilbur J. (Bill) Peak : Merupakan fungsi hubungan masyarakat yang merupakan partisipasi suatu lembaga yang berencana, aktif dan sinambung dengan dan di dalam suatu komunitas untuk memelihara dan membina lingkungannya demi keuntungan dua pihak, lembaga dan komunitas. Dalam hal ini kahumas sebagai pelaksanaannya yang bersifat partisipatif. Pentingnya kegiatan berkomunikasi dalam pembinaan hubungan dengan komunitas bagi seorang humas tidak hanya dengan penduduk sekitar, tetapi juga dengan pimpinan organisasi antara lain untuk meyakinkan pentingnya partisipasi benda atau dana dari organisasi untuk melakukan kegiatan. Cutlip dan Center dalam bukunya *Effective Public Relation* mengatakan bahwa dalam rangka pelaksanaan hubungan dengan komunitas, penting diketahui apa yang didambakan komunitas bagi kesejahteraan, apa yang diharapkan dari organisasi sebagai urunan untuk kesejahteraannya itu dan bagaimana cara menilai kontribusi tersebut.

Ø **Hubungan dengan pemerintah**

1) **Menguasai peraturan-peraturan pemerintah**

Perpustakaan bagian humas suatu organisasi harus dilengkapi dengan buku, risalah, catatan dan lain-lain yang bersangkutan dengan peraturan pemerintah. Oleh karena itu pula kahumas perlu menetapkan seorang petugas untuk menangani hal tersebut secara khusus karena data seperti itu harus disusun sedemikian rupa sehingga apabila pimpinan organisasi membutuhkannya, dapat dilayani secara cepat dan tepat. Kahumas harus menguasai peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam rangka mencegah terjadinya kegiatan organisasi yang bertentangan dengan kebijakan pemerintah. Ia juga harus banyak memberi masukan kepada pimpinan untuk bahan pembuatan kebijaksanaan dan pengambilan keputusan tanpa diminta.

2) **Membina hubungan dengan instansi pemerintah**

Maksudnya adalah mengakrabkan diri dengan pimpinan instansi pemerintah setempat, sedikit-tidaknya dengan humas instansi yang bersangkutan. Tujuan Pembinaan itu adalah, di satu pihak untuk melancarkan hubungan kerja bilamana suatu ketika diperlukan, memperlicin permohonan kalau suatu waktu diajukan, mempermudah pemecahan masalah jika suatu saat terjadi salah pengertian.

Ø **Hubungan dengan media massa**

Maknanya adalah terbinanya hubungan kahumas dengan orang-orang media massa, seperti redaktur surat kabar dan majalah, wartawan televisi dan radio atau reporter televisi. Kahumas perlu membina hubungan yang akrab dengan media massa agar segala sesuatu yang menyangkut penyebaran informasi kepada public ekstern berjalan lancar. Dalam rangka pembinaan hubungan dengan media massa itu, khususnya pembinaan hubungan dengan pers perlu mendapat perhatian istimewa karena pers terutama menyiarkan berita sedangkan media elektronik biasanya menyiarkan hiburan.

Pers khususnya dan media massa umumnya dapat dimanfaatkan oleh kahumas dengan berbagai cara antara lain dengan :

o **Jumpa pers (Press Conference)**

- *Wisata pers (Press Tour)*
- *Siaran pers (Press Release) :Siaran pers mencakup publistas amat penting dalam kehumasan karena informasi diseberluaskan oleh media massa tanpa membayar sama sekali.*
- *Periklanan (Advertising) :Kehumas perlu membayar jika memasang iklan.*

Sikap kahumas yang menunjukkan rasa simpati dan empati kepada insane-insan media dengan menyentuh manusiawinya akan membuat kedua pihak menjadi akrab yang pada gilirannya akan menimbulkan keuntungan pada organisasi yang diwakili kahumas itu.

C. Ruang Lingkup Humas

1. Humas Pemerintahan

Humas Pemerintahan pada dasarnya tidak bdersifat politis. Bagian humas di pemerintahan dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan mereka. Mereka memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana, serta hasil-hasil kerja institusi serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Selain keluar humas pemerintahan dan politik juga harus memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan ataupun yang sedang diusulkan.

Tugas pemerintah memang sangat berat , sebab masyarakat yang dihadapi terdiri dari berbagai public dengan kepentingan yang sangat kompleks pula. Hal ini memang tidak lepas pula dari “karakteristik” yang melekat dalam setiap program pemerintah antara lain sbb :

- *Program pemerintah ditujukan untuk masyarakat luas. Dengan berbagai latar belakang, karakter, ekonomi, pendidikan yang beragam.*
- *Seringkali hasilnya abstrak,yang sulit dilihat dalm waktu dekat bahkan panjang sekalipun karena sifatnya yang integral dan berkesinambungan.*
- *Progaram pemerintah selalu mendapat pengawasasn dari berbagai kalangan,terutama pers, LSM dan sebagainya.Mereka sangat berperan dalam proses penyadaran masyarakat mengenai permasalahan mereka.*

Karakteristik itulah yang dapat dijadikan latar belakang mengapa humas pemerintahan perlu diterapkan dan dikembangkan secara professional.Namun tugas yang berat tersebut ternyata masih ditambah dengan hambatan penerapan humas yang ideal di pemerintahan.

Dengan demikian,ada dua sisi yang melatar belakangi perkembangan humas pemerintahan

- *Sisi pentingnya humas bagi pemerintahan*
- *Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh humas pemerintahan.*

2. Humas Industri dan bisnis

Kesadaran masyarakat tentang pengaruh keputusan industri dan bisnis terhadap hal-hal di atas dan masyarakat sebagai sasaran market industri dan bisnis di sisi yang lain, menimbulkan kesadaran kalangan industri dan bisnis untuk memperhatikan dan melibatkan peranan masyarakat terhadap keputusan mereka. Sehingga ada hibungan timbal balik yang merupakan ciri dan konsep humas. Mereka berdua pada akhirnya memiliki kesadaran dan tanggungjawab dalam memelihara ketertiban, pertahanan, konservasi alam dan ekonomi. Dari sisi manajemen (perusahaan),hal ni memerlukan perhatian yanh lebih untuksenantiasa memberitahu masyarakat terhadap masalah-masalah,alasan-alasan dan pembenaran atas

keputusan-keputusan manajemen. Sebaliknya, mereka juga harus mengetahui lebih banyak tentang masyarakat dan kepentingan mereka atau kepentingan golongan –golongan khusus, yakni yang dapat mempengaruhi dampak terhadap industri dan bisnis.

Latar belakang diatas turut pula mempengaruhi berkembangnya humas industri dan bisnis. Beberapa penerapan humas dalam industri dan bisnis meliputi : hubungan dengan pelanggan dan peran humas terhadap marketing yang pada akhirnya melahirkan terapan marketing PR hubungan dengan pemegang saham, hubungan dengan pers, bantuan untuk merekrut pegawai baru, hubungan dengan komunitas, hubungan dengan perusahaan/organisasi lain, hubungan dengan pemerintahan.

3. Humas Sosial

Ø Humas penegak hukum

Termasuk dalam hal ini humas yang berada dalam kepolisian karena kepolisian telah menjadi perhatian masyarakat dalam hubungannya terhadap kelompok minoritas, hak warga Negara, penyalahgunaan obat bius, kejahatan, ketertiban umum dan sebagainya. Sebagai hasilnya banyak golongan penegak hukum merasa perlu untuk membentuk grup-grup penasihat warga Negara dan merangkap sebagai pejabat humas untuk bekerjasama dengan mereka dan para media massa. Singkatnya, penegak hukum perlu mendengarkan dan tanggap terhadap kepentingan umum supaya mereka dapat membantu masyarakat dengan baik.

Ø Humas Profesi

Maksud penerapannya adalah untuk mendapat pengakuan dan keprofesionalan dan publikasi tentang apa yang telah mereka lakukan bagi kepentingan umum. Kampanye kesehatan, sadar hukum, massa information, perngumpulan dan, publikasi perkembangan teknologi kedokteran dan terobosan-terobosan baru hasil penelitian, pengalaman dramatis dalam mencari berita, produksi dan pemutaran film-film profesi adalah contoh penerapan humas profesi dokter, pengacara, waatawan, artis dan sebagainya.

Ø Humas Organisasi Sukarela

Peranannya untuk merancang suatu program humas yang progresif, termasuk di dalamnya mengadakan hubungan dengan pers.

Ø Humas organisasi Internasional

Lahirnya humas Internasional disebabkan oleh adanya perubahan sangat cepat di dalam segala bidang, misalnya perkembangan di bidang pariwisata, komunikasi, tukar-menukar di bidang pendidikan dan sebagainya. Semua itu memungkinkan terjadinya kontak atau hubungan antarnegara. Dengan demikian, untuk memelihara hubungan yang baik antara satu Negara dengan Negara yang lain humas memegang peranan penting.

Suatu contoh penerapan humas internasional selain hubungan antarnegara adalah adanya konferensi tingkat dunia yang dihadiri oleh banyak negara. Humas organisasi internasional menghadapi problema yang sama dengan organisasi lainnya, namun medannya jauh lebih luas.

PENUTUP

BAB III

KESIMPULAN

Hubungan masyarakat atau Public Relations adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat. Humas (PR) adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan

pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.

Public Relations (PR) merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.