

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada zaman ini banyak yang tidak mengetahui secara detail tentang peran serta tugas dari *public relations*. Selain itu, banyak pula yang tidak tahu bahwa pekerjaan *public relations* memiliki ikatan erat dengan dunia komunikasi, baik internal maupun eksternal. Banyak yang menganggap bahwa pekerjaan sebagai *public relations* merupakan pekerjaan yang mudah. Maka dari itu, tulisan ini akan menjelaskan perbedaan dari peran dan tugas, serta menjabarkan peran dan tugas dari *public relations*.

Komunikasi merupakan kata yang berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang artinya membangun kepercayaan antara dua orang atau lebih. Dari arti kata tersebut kita mengetahui bahwa dari sebuah komunikasi, kita akan membentuk sebuah rasa percaya antara satu dengan yang lainnya. Komunikasi memiliki definisi yang telah dibuat dan disebarikan oleh Everett M. Rogers dalam Cangara (2017) yaitu “Komunikasi adalah proses di mana sebuah ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”. Setelah ada definisi tersebut, Lawrence D. Kincaid dan Everett

M. Rogers dalam Cangara (2017) mengembangkan lagi definisi yang sebelumnya telah dibuat. Definisi itu dibuat seiring berkembangnya sistem komunikasi dan dalam definisi tersebut ditulis bahwa “Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”. Proses pertukaran informasi dalam komunikasi juga dilakukan oleh *Public Relations*.

Public Relations menurut Candy Tymson, Peter Lazar, dan Richard Lazar dalam Krisyantono (2018) adalah “Upaya yang direncanakan dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara kesepahaman bersama antara organisasi dan publiknya”. Secara garis besar, *Public Relations* adalah proses membangun relasi, kepercayaan, dan kerja sama antara individu dengan individu dan organisasi dengan publiknya melalui strategi atau program komunikasi yang dialogis dan partisipatif. Pada prinsipnya, *Public Relations concern* terhadap pembangunan citra, menciptakan kesepahaman antara perusahaan dan publiknya, komunikasi dua arah, membangun reputasi, dan membangun nilai positif. *Public Relations* diharapkan mampu untuk membangun citra perusahaan kepada pihak-pihak eksternal.

Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting dari sebuah perusahaan, baik perusahaan kecil maupun besar. Citra perusahaan adalah hasil dari kumpulan proses dimana konsumen atau klien membandingkan perusahaan satu dengan perusahaan lainnya melalui atribut yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Menurut Abdel-Salam dalam Yasa, dkk (2020) mendefinisikan citra perusahaan sebagai kesan secara umum yang tertinggal di benak konsumen sebagai hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap, dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan. Kesan tersebut kemudian diubah bentuknya menjadi citra positif atau negatif sesuai dengan perasaan dan pengalaman konsumen terhadap perusahaan. Baik citra positif maupun citra negatif kemudian akan teringat kembali ketika nama perusahaan itu terdengar atau terbawa ke dalam ingatan konsumen tentang perusahaan tersebut.



Publik Eksternal adalah mereka yang berkepentingan terhadap perusahaan dan berada di luar perusahaan. *Public Relations* adalah jembatan antara perusahaan dengan pihak-pihak luar. Sehingga, *Public Relations* harus melakukan *External Public Relations* agar dapat menjembatani pihak luar dengan perusahaan. Menurut Effend dalam Yasa, dkk (2020) bahwa yang menjadi sasaran penting dalam kegiatan eksternal relations adalah para pengunjung, khalayak sekitar, instansi pemerintahan dan pers serta yang lainnya yang jelas memiliki keterkaitan atau juga yang diharapkan ada keterkaitannya dengan perusahaan atau organisasi. Dengan kelompok-kelompok tersebut, *Public Relations* harus senantiasa mengadakan komunikasi agar dapat menjalin hubungan yang harmonis karena kunci kesuksesan dalam kegiatan *Public Relations* banyak bergantung pada “Pelaksanaan Komunikasi yang Efektif”.

Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada laporan akhir ini antara lain:

1. Apa saja peran dari *Public Relations* di IDX Channel dalam menjaga citra perusahaan?
2. Apa saja tugas yang dilakukan oleh *Public Relations* di IDX Channel dalam lingkup internal dan eksternal?
3. Bagaimana tim *Public Relations* menghadapi masalah yang ada saat bekerja?

Tujuan

Laporan akhir ini dibuat berdasarkan tujuan yang ada dalam proses pembuatannya. Tujuan dari laporan ini adalah :

1. Menjelaskan dan membahas tentang peran dari *Public Relations* dalam menjaga citra perusahaan.
2. Menjelaskan secara rinci tentang tugas dari *Public Relations* dalam lingkup internal dan eksternal, khusus nya eksternal.
3. Memaparkan hambatan yang dihadapi oleh tim *Public Relations* saat bekerja.