

PERANAN PUBLIC RELATION DALAM ORGANISASI

Oleh
Irman Syahriar*

Abstrak

Lahirnya public relation masih belum dibenahi dengan pasti dan masih banyak nieniMbl',...im1 kontroversi di antara para ahli. Glend dan Danny Grisworld (dalam Oemi Abdurrahman) mengemukakan bahwa pekerjaan public relation telah dilakukan oleh Cleopatra dengan segala kemegahan seorang Ratu menyambut Mark Antony ditepi sungai Nil. Transaksi jual beli barang terjadi di Jaman Neolithic, baik para penjual maupun Ratu Cleopatra berusaha mengadakan hubungan yang sifatnya dapat menyenangkan dan menguntungkan orang lain. Konon dari sinilah awal mula kegiatan public relation mulai tersentuh. Namun masih sulit untuk menentukan kapan pekerjaan public relation dilakukan secara terorganisir karena tidak ada dukungan pasti yang dapat menentukan kapan public relation seperti yang dipraktekkan sekarang ini.

Pendahuluan

Manusia adalah makhluk social dan sebagai makhluk yang bermasyarakat ia selalu melakukan interaksi. Hal ini berlangsung karena manusia ingin memenuhi kebutuhan hidupnya seperti kesejahteraan, keselamatan dan keamanan. Dalam melakukan interaksi tersebut muncullah berbagai kepentingan vans kadang-kadang antara satu dengan yang lainnya sering sangat berbeda. Untuk mengakomodasi sejumlah kepentingan yang berbeda itu bukanlah pekerjaan sederhana. Untuk menjalin usaha ke arah itu maka kegiatan komunikasi adalah merupakan pekerjaan utama yang harus mahir dilakukan. Jika usaha untuk menciptakan kebersamaan melalui komunikasi juga masih sulit ditempuh maka menciptakan pengertian, masih bisa dilakukan yaitu memahami perbedaan masing-masing.

Terhadap keseluruhan masalah yang telah dikemukakan di atas selalu ditemui dalam berbagai organisasi baik yang berskala besar maupun dalam level organisasi yang berskala kecil.

Organisasi adalah merupakan salah satu yang sangat banyak memanfaatkan aktifitas komunikasi dalam melaksanakan kegiatannya. Barangkali tidak berlebih-lebihan jika dikatakan bahwa tanpa kegiatan komunikasi, maka suatu organisasi tidak akan ada fungsi yang bisa terlaksana. Sebagai orang yang berkecimpung dalam suatu organisasi, maka perlu mendapat perhatian yang sangat banyak agar bagaimana melakukan public relation dalam sebuah organisasi supaya dapat terlaksana semua bagian-bagian dalam organisasi yang mereka tempati untuk lebih mengembangkan diri sejak dini. Banyak hal yang kita bisa jumpai dalam kegiatan organisasi yang dapat membuat kita memacu untuk meningkatkan kegiatan public relation. Misalnya saja hubungan antar bidang-bidang, dalam setiap organisasi.

Hal ini bukan hanya terjadi dalam ruang lingkup organisasi dimana kita tempati sebagai pengurus ataupun anggota tetapi juga dapat lebih ditingkatkan kepada hubungan antara organisasi lainnya dimana public relation justru sangat dibutuhkan. Namun untuk lebih mendalami public relation maka langkah baiknya kita telusuri pengertian dan sejarah perkembangan public relation sebagai berikut ini.

Pengertian dan Sejarah Public Relation

Istilah Public Relation (PR) diterjemahkan harfiah adalah hubungan masyarakat, sering juga ditulis PUREL. Penerapannya di Indonesia belum terlalu lama. Tetapi pada dua decade terakhir ini public relation menjadi bidang pekerjaan yang cukup digandrungi oleh banyak kalangan dan didalam suatu instansi pemerintah maupun swasta sangat dibutuhkan, begitu pula dalam sebuah sari tidak kalah pentingnya.

Bahkan telah berkembang dan diminati oleh banyak orang. Obyek studi relation di Perguruan Tinggi sebagai institusi pendidikan bidang ini banyak diminati oleh para calon mahasiswa.

Lahirnya public relation masih belum dibenahi dengan pasti dan masih banyak nieniMbl',.im1 kontroversi di antara para ahli. Glend dan Danny Grisworld (dalam Oemi Abdurrahman) mengemukakan bahwa pekerjaan public relation telah dilakukan oleh Cleopatra dengan segala kemegahan seorang Ratu menyambut Mark Antony ditepi sungai Nil. Transaksi jual beli barang terjadi di Jaman Neolithic, baik para penjual maupun Ratu Cleopatra berusaha mengadakan hubungan yang sifatnya dapat menyenangkan dan menguntungkan orang lain. Konon dari sinilah awal mula kegiatan public relation mulai tersentuh. Namun masih sulit untuk

menentukan kapan pekerjaan public relation dilakukan secara terorganisir karena tidak ada dukungan pasti yang dapat menentukan kapan public relation seperti yang dipraktekkan sekarang ini.

Dewasa ini orang bukan saja mengenal public relation tetapi karena public relation sudah demikian meluasnya sehingga pembicaraan mengenai sistematik public relation sudah berkembang menjadi public relation officer (PRO). Jika kita mencoba melacak pengertian public relation kita sebutkan salah satu Pakar Internasional Jefkins, yang menyatakan bahwa public relation adalah suatu public service ke dalam dan keluar organisasi.

Jefkins terutama melihat tugas public relation dalam membentuk kepercayaan terhadap organisasi diri. Dikemukakan proses public relation sebagai berikut :

Hostility	Sympathy
Prejudice	Acceptance
Apathy	Interest
Ignorance	Knowledge

Ia menggariskan bahwa betapa sukarnya perubahan pendapat terutama bagi hal-hal yang belum diketahui atau pendapat-pendapat yang didasarkan kepada prasangka, kepercayaan dan sikap yang dikemukakan dalam lingkungan khalayak apalagi lingkungan rumah atau keluarga, maka tugas dari public relation adalah mengatasi situasi-situasi negatif ini. Hal ini dilakukan melalui public relation transfer proses untuk mencapai pengertian.

Jefkins menggarisbawahi bahwa tanpa pengertian tidak mungkin untuk mengharapkan consensus apalagi kerjasama. Akhirnya Jefkins memberikan definisi untuk praktek public relation yang diambilnya dari sumber-sumber Meksiko sebagai berikut :

Praktek hubungan masyarakat adalah seni dan ilmu sosial mengenai analisa kecendrungan, prediksi terhadap konsekwensi, memberi konsultasi terhadap pimpinan organisasi dan melaksanakan perencanaan program dan memberikan pelayanan yang baik terhadap kepentingan organisasi maupun public (1982.203).

Melihat lingkup dari public relation yang sedemikian luas walaupun dirumuskan secara sangat padat dan ringkas dalam satu kata, pengertian, maka spesialisasi-spesialisasi dalam bidang public relation pun menuntut pengetahuan mendalam bidang sosial seperti manajemen, sosiologi, psikologi sosial, antropologi, hukum, ekonomi dan politik. Bahkan dengan makin cepatnya perkembangan kecanggihan – kecanggihan teknologi, maka pengetahuan yang sangat dasar dan minim perlu dikuasai tentang keterkaitan perkembangan teknologi serta dampaknya

terhadap masyarakat maupun kemungkinan pencegahan dampak-dampak negatif secara antisipatif yang memerlukan keterkaitan antara hukum dan teknologi.

Secara umum public relation dewasa ini dibagi dalam commercial dan non commercial. Dimana dengan jenis terakhir dimaksudkan terutama kegiatan-kegiatan public relation oleh pemerintah dan lembaga-lembaga non komersial yang terutama bergerak dalam bidang sosial.

Pengalaman menunjukkan bahwa public relation dengan gin dan tonic dalam tangan dan wanita bergaya "Cinderella" tidak mencukupi lagi untuk public relation yang efektif. Masalah yang hares dipecahkan oleh public relation terlalu banyak, yaitu selain berhadapan dan menggarap berbagai jenis khalayak, juga berhadapan dengan berbagai sikap dari seseorang di dalam dan diluar suatu organisasi. Belum lagi masalah-masalah hukum yang perlu diperhatikan dalam pesan-pesan public relation dalam sebuah organisasi.

Public Relation dalam Organisasi

Seperti diketahui bahwa manusia adalah makhluk sosial. Aristoteles menyebutnya *zoos politicos*. Manusia hidup berkelompok dan bermasyarakat dan ia mengelompokkan serta memasyarakatkan diri, justru karena didorong oleh tuntutan masalah hidupnya, yang bagi manusia hanya mungkin terpenuhi dengan baik apabila manusia itu hidup bekerjasama dan berkelompok. Dalam kelompok dan dalam pergaulan sehari-hari manusia itu kemudian menjalin kerjasama yang baik, untuk mencapai suatu tujuan. Bentuk kerjasama manusia untuk mencapai tujuan bersama ini disebut organisasi.

Dengan demikian, organisasi merupakan suatu alat bagi manusia untuk mencapai suatu tujuan. Organisasi sebagai alat, bukanlah sesuatu yang beku, malah merupakan sesuatu yang hidup dinamis. Karena merupakan fenomena sosial, maka ia terbentuk disebabkan adanya kerinduan manusia pada kehidupan yang lebih sempurna. Untuk itu, organisasi merupakan suatu kekuatan yang dinamis justru karena ia berintikan manusia yang tidak tetap sifat dan wataknya. Manusia dalam organisasi itu dibagi dua yaitu pimpinan dan pelaksana, *manager and employed* atau atasan dan bawahan. Pimpinan lah yang menyusun program dan kebijaksanaan, melakukan koordinasi kepada bawahannya. Untuk' meningkatkan efisiensi kerja, maka bawahanlah yang melaksanakan segenap rencana dan kebijaksanaan yang telah ditetapkan itu.

Dengan demikian nyatalah bahwa untuk men capai tujuan, manusia-manusia itu membutuhkan kerjasama, baik antara bawahan dengan bawahan maupun kerjasama antar bawahan dengan atasan.

Oleh karena itu berintikan manusia yang mempunyai watak, pembawaan, kesukaan dan lain-lain, yang tidak sama bagi setiap individu, maka diperlukan seorang pemimpin yang harus mengkoordinir bawahannya dan harus menciptakan kerja sama yang baik dengan orang-orang dalam organisasi itu untuk kemudian kerjasama dan dukungan masyarakat luar. Untuk mewujudkan hal ini, diperlukan seni dan pengetahuan memimpin yang sering disebut manajemen.

Manajemen yang merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan : perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Pengertian dasar tentang manajemen seperti di atas menunjukkan bahwa :

- a. Manajemen adalah proses kerjasama manusia untuk mencapai tujuan bersama
- b. Manajemen adalah pelaksanaan kerjasama dilakukan secara sistematis, terorganisir dan procedural melalui pembimbingan seorang pemimpin
- c. Manajemen adalah ilmu atau seni memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lain termasuk waktu untuk mencapai tujuan

Untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan tersebut, maka ada beberapa rangkaian kegiatan yang mesti dilakukan yang sering disebut sebagai fungsi manajemen. Fungsi manajemen ini dikemukakan oleh para ahli secara berbeda-beda, namun secara esensial adalah sama.

Ada beberapa fungsi manajemen yang dikemukakan oleh beberapa ahli namun salah satunya adalah George R. Terry yaitu Planning, Organizing, Actuating, Controlling.

Planning adalah proses penentuan tujuan selanjutnya penentuan langkah-langkah tersebut sering disebut 5W + 1 H (what, who , why, when, where dan How). What (Apa) artinya menentukan apa yang hendak dilakukan, who (siapa) yang melaksanakan, why (mengapa) dilaksanakan kegiatan tersebut, how (bagaimana) cara. (meto ; dan prosedur) melaksanakan kegiatan tersebut, selanjutnya penentuan kapan (when) dan dimana tempatnya (where) kegiatan tersebut dilakukan.

Organizing (pengorganisasian) adalah proses dengan mana penentuan apa yang hendak dikerjakan dan siapa yang mengerjakannya. Penentuan apa yang dikerjakan adalah penentuan tugas-tugas atau jabatan-jabatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Sedangkan

yang dimaksud siapa yang mengerjakannya adalah penentuan orang-orang yang cocok dengan jabatan-jabatan yang telah ditetapkan itu.

Actuating (penggerakan), S.P. Siagian menyebutnya Motivating yaitu memberikan motivasi atau dorongan kepada orang-orang yang terlibat dalam rangka pencapaian tujuan tersebut agar mereka mempunyai semangat kerja yang tinggi misalnya memberi nasehat, imbalan, penghargaan, harapan dan sebagainya.

Controlling (pengawasan), pengawasan dimaksudkan disamping mencegah terjadinya penyimpangan juga dijadikan alat untuk mengevaluasi sejauh mana pekerjaan itu telah dilaksanakan sesuai dengan perencanaan yang telah ditentukan lebih dahulu. Jadi pengawasan bukan berarti mencari kesalahan.

Kaitan Public Relation dalam Sebuah Organisasi

Sebagai organisasi mencakup didalamnya proses manajemen yang telah kami utarakan di atas. Dimana dalam organisasi juga mempunyai tujuan tertentu yang sudah disepakati oleh para anggotanya untuk dicapai secara bersama pula. Oleh karena itu dalam mencapai tujuan tersebut memerlukan manajemen yang baik disetiap bidang supaya tercipta pembagian tugas yang merata secara proporsional.

Dalam proses mencapai tujuan itulah memerlukan public relation untuk mengoperasionalkan atau mengaktualisasikan perencanaan-perencanaan yang telah ditetapkan bersama baik yang berupa program jangka panjang maupun jangka pendek. Sehingga tercipta mekanisme kerja dan proses kerjasama yang baik antara sesama Pengurus sebuah organisasi ataupun setiap anggota organisasi.

Untuk lebih mengkonkritkan public relation dalam sebuah organisasi berikut kami utarakan tugas daripada public relation, sehingga mudah dipahami yaitu sebagai berikut :

1. Menyampaikan kebijaksanaan-kebijaksanaan manajer (pimpinan) organisasi
2. Mendengarkan pendapat-pendapat masyarakat (anggota)
3. Menciptakan suasana saling mengerti atau " interaction" dan hubungan yang baik diantara sesama pengurus, sesama anggota dari senior sampai junior

Melalui uraian singkat ini, jelaslah public relation sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi. Organisasi dapat berjalan dengan bagus apabila public relation dalam organisasi tersebut berjalan lancar pula.

Kesimpulan

- a. Public relation mengalami perkembangan yang cukup pesat dan juga tantangan yang semakin besar dimana ini sudah merupakan suatu profesi baik di instansi pemerintahan maupun swasta dewasa ini
- b. Public relation dalam suatu organisasi mempunyai keterkaitan yang sangat erat, dimana public relation merupakan penggerak aktifitas-aktifitas dalam sebuah kegiatan di suatu organisasi
- c. Proses public relation dan proses kegiatan dalam sebuah organisasi merupakan mata rantai yang tidak dapat dipisahkan karena operasional kegiatan organisasi, public relation turut menentukan kelancaran hubungan sesama pengurus anggota maupun antar organisasi yang ada.

Daftar Pustaka

1. Abdurrahman Oemi, 1993, "Dasar-dasar Public Relation", Citra Aditya Bakti, Bandung
 2. Bonar SK, 1983, "Hubungan Masyarakat Modern", Bina Aksara.. Jakarta
 3. Bownell, Clifford Lee, 1995, "Public Relation in Education", Mc Graw-Hill, New York.
 4. Griswold, Glend and Denny, 1984, "your Public Relation", Fung and Wagnals Company, New York
 5. H.Frazier Moore, 1988, "Hubungan Masyarakat Prinsip Kasus dan Masalah Satu", Penyunting Onong Uchana Efendi, Remaja Karya.
 6. Susanto S., Astrid Sunario, 1993, "Globalisasi dan Komunikasi", Pustaka Sinar Harapan, Jakarta
- *) Dosen Dpk Pada Stikom Mahakam Samarinda