

MEDIA RELATIONS:


HARMONISASI HUMAS & MEDIA MASSA

***"Public Relations
adalah campuran
jurnalisme, psikologi,
dan lawyering - ini
adalah lanskap yang
selalu berubah dan
selalu menarik."***

Ronn Torossian

The image features a dark, almost black background. A bright yellow border frames the entire content. In the center, the text 'HUMAS SEBAGAI JEMBATAN KOMUNIKASI' is written in a clean, white, sans-serif font. The text is arranged in two lines. Behind the text, there is a very faint, semi-transparent image of two hands shaking, symbolizing agreement or communication.

HUMAS SEBAGAI JEMBATAN KOMUNIKASI



Hubungan masyarakat atau *Public Relations* adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat.

- *International Public Relations Association (IPRA)*

TIGA TANGGUNG JAWAB FUNGSIONAL HUMAS

- Relasi Eksternal: Komunikasi dengan kelompok orang-orang di luar instansi/perusahaan.
- Relasi Internal: Komunikasi untuk menjaga hubungan antara karyawan, manajer, serikat pekerja, pemegang saham, dan kelompok internal lainnya.
- Relasi Media. Komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan media massa.

PEKERJAAN YANG BIASA DILAKUKAN HUMAS

- Mengenalkan instansi/perusahaan
 - **Mengorganisasi kegiatan untuk membentuk citra.**
 - Menyebarkan informasi kepada publik.
 - **Mengevaluasi opini publik**
 - Membuat program-program yang melibatkan masyarakat
- Membina hubungan dengan media (pers)
 - **Melakukan persuasi dan negoisasi dengan berbagai pihak.**
 - Membuat program-program yang bermanfaat bagi kesejahteraan sosial
 - **Mengelola media sosial**
 - Media monitoring

JENIS INFORMASI PUBLIK

- Informasi yang wajib disediakan berkala
- Informasi yang wajib diumumkan
- Informasi yang wajib tersedia setiap saat
- Informasi yang dikecualikan
- Informasi berdasarkan permintaan

PUBLIC RELATIONS TOOLS

Press release

Press
conference

Event

Social media

Open house

Dokumentasi

Profil Instansi
(Video, print, audio)

Iklan layanan
masyarakat

Media
informasi
(website, buletin,
majalah)

MEDIA MEMANDANG PERAN HUMAS (PR)

MEDIA RELATIONS DALAM KEHUMASAN



Kegiatan khusus dari pihak humas untuk melakukan komunikasi atau penyampaian informasi mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan yang perlu dipublikasikan melalui media massa untuk menghasilkan citra positif.



HUBUNGAN HUMAS- MEDIA

Hubungan media massa dengan humas yang terjalin diteoritiskan sebagai hubungan yang simbiosis mutualis. Saling menguntungkan dan saling memberikan manfaat.

PRINSIP MEDIA RELATIONS

- **Memberikan pelayanan kepada media dengan menciptakan kerja sama dan hubungan timbal balik.**
- Menegakkan suatu reputasi agar dapat dipercaya.
- **Memasok naskah informasi dan dokumentasi yang baik.**
- Melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi.
- **Penyediaan fasilitas yang memadai.**
- Membangun hubungan personal dengan media yang mendasari keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing.



KEGIATAN MEDIA RELATIONS

- Konferensi Pers
- Peliputan Pers
- Resepsi Pers
- Kunjungan Pers

TUJUAN POKOK MEDIA RELATIONS



Pada dasarnya, media relations adalah untuk menciptakan pengetahuan dan pemahaman. Karena di sisi media atau pers, tidak seorang pun yang berhak untuk mendikte apa yang harus diberitakan media massa, dan semua jenis materi pers harus bebas dari nilai-nilai dan kepentingan sepihak.

KESALAHPAHAMAN MEDIA RELATIONS

- Mengatur keberpihakan media
- Menggiring pemberitaan media
- Pemberitaan media dapat diatasi dengan uang
- Media adalah kepanjangan tangan humas
- Hubungan humas & wartawan sangat dekat

HAL-HAL PERIHAL MEDIA YANG HARUS DIKETAHUI HUMAS



- Kebijakan editorial
- Frekuensi penerbitan
- Waktu terbit
- Proses produksi
- Jangkauan pembaca
- Metode penyebaran
- Oplag atau jumlah visitor

IMPLEMENTASI MEDIA DALAM HUBUNGAN DENGAN HUMAS (PR)

KARAKTERISTIK MEDIA MASSA

- Merupakan organisasi formal yang sangat kompleks.
- **Ditujukan kepada khalayak yang luas.**
- Bersifat umum dan isi media massa terbuka bagi siapa pun.
- **Khalayak bersifat heterogen.**
- Membangun kontak secara simultan.
- **Hubungan antara kepribadian media dan anggota khalayak adalah tidak langsung.**
- Khalayak merupakan bagian dari produk kebudayaan (budaya massa).

PERBEDAAN MEDIA MASSA TRADISIONAL DAN MEDIA MASSA BARU

Media massa tradisional

meliputi televisi, buku,
dan majalah yang
melibatkan komunikasi
satu-ke-banyak
berdasarkan proses
komunikasi satu arah.

Media massa baru

meliputi jaringan
pertemanan yang
melibatkan komunikasi
banyak-ke-banyak
berdasarkan komunikasi
dua arah yang dilakukan
oleh partisipan komunikasi.

FUNGSI PERS ATAU MEDIA MASSA



- Menyiarkan informasi
- Mendidik
- Menghibur
- Mempengaruhi

SYARAT LAYAK MENJADI BERITA

- Merupakan fakta
- Merupakan kejadian terkini
- Harus seimbang
- Harus mengandung semua unsur berita
- Harus menarik dan bermanfaat
- Harus disusun dengan sistematis

KEBUTUHAN PERS TERHADAP INSTANSI MELALUI HUMAS



- Informasi dengan nilai berita
- Akses ke narasumber
- Akses data pelengkap
- Latar belakang informasi

KEBUTUHAN HUMAS TERHADAP PERS

- Publikasi informasi
- **Akses ke jurnalis untuk berbagi dan berkomunikasi**
- Ruang bicara (konfirmasi, hak jawab, klarifikasi)

HASIL HUBUNGAN IDEAL HUMAS- PERS MASSA



- Nilai berita tinggi dalam produk publikasi
- Komunikasi intensif media dan humas
- Membuka ruang komunikasi untuk audiens secara terbuka

HAL POKOK DALAM AKTIVITAS MEDIA RELATIONS

- Kejujuran informasi.
- Pelayanan yang baik.
- Menjaga prilaku.
- Keterbukaan saluran informasi.
- Publisitas sewajarnya.
- Selalu memperbarui daftar identitas wartawan.

YANG HARUS DIHINDARI DALAM MEDIA RELATIONS



- Mengatakan "No comment"
- Mengatakan "Off the Record"
- Memberikan data spekulatif
- Berargumen tentang nilai berita
- Pilih kasih memberi info
- Berbelit-belit

METODE PENGIRIMAN INFORMASI KE MEDIA

VARIASI MEDIA HUMAS

- Media pers
- **Audio-visual**
- Pameran
- **Bahan-bahan cetakan**
- Penerbitan buku khusus
- **Surat langsung**
- Pesan-pesan lisan
- **Sponsorship**
- Jurnal
- **Sosial media**

YANG HARUS DILAKUKAN DALAM MENERAPKAN STRATEGI KOMUNIKASI

- **Membingkai pesan agar menarik**
- Menyampaikan info yang bernilai berita
- **Memilih kata-kata sesuai sasaran yang berbeda-beda**
- Memahami stereotip publik

JENIS MEDIA MASSA SAAT INI



- Media Elektronik (electronic media)
- Media Massa Internet (cyber media/online media)
- Media sosial (social media)
- Media Cetak (printed media)

METODE PENYAMPAIAN INFORMASI DAN MEDIA

Hanya
tulisan

Hanya
lisan

Tulisan
diikuti
lisan

Lisan
diikuti
tulisan

KRITERIA MEMILIH METODE PENYAMPAIAN INFORMASI



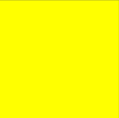
- Ketersediaan informasi
- Biaya
- Pengaruh
- Relevansi
- Respons
- Keahlian

BENTUK-BENTUK AKTIVITAS PENYAMPAIAN INFORMASI KE PERS

- **Press release**
- Press conference
- **Press gathering**
- Press tour
- **Special interview**
- Direct mail

TREN INFORMASI MEDIA

- Social media influencer
 - **Citizen Journalism**
 - Blogging
 - **Vlogging**
- Media Interaktif
 - **Konten kreatif**
 - Infografis
 - **Video streaming**



"Kita percaya Public Relations harus dipraktikkan untuk melayani kepentingan publik, untuk mengembangkan saling pengertian antara organisasi dan publik mereka."

James E. Grunig



THANK YOU