



Citra dan Tugas Public Relations

Mata Kuliah: Publisitas

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMA

Dosen: Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom

Mengapa Public Relations Penting?



Setiap organisasi membutuhkan kepercayaan publik untuk bertahan dan berkembang. Kepercayaan ini sangat dipengaruhi oleh citra organisasi yang terbentuk melalui komunikasi strategis dan konsisten.

Public Relations berperan sebagai jembatan yang membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya melalui komunikasi terencana.

Apa Itu Public Relations?



Fungsi Manajemen

PR merupakan fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan strategis.



Proses Komunikasi

Menurut Cutlip dan Center, PR adalah proses komunikasi untuk menciptakan pemahaman dan dukungan publik.



Hubungan Saling Menguntungkan

Membangun hubungan yang bermanfaat bagi organisasi maupun publiknya.

Tujuan Public Relations

01

Membangun Kepercayaan Publik

Menumbuhkan trust melalui komunikasi yang transparan dan konsisten.

02

Membentuk Citra Positif

Menciptakan persepsi yang menguntungkan di mata stakeholder.

03

Menyampaikan Informasi

Distribusi informasi strategis kepada publik yang tepat.

04

Mengelola Komunikasi

Mengoordinasikan seluruh aktivitas komunikasi organisasi.

05

Menjaga Hubungan

Mempertahankan hubungan baik dengan semua stakeholder.

Memahami Citra (Image)

Definisi Citra

Citra adalah kesan atau persepsi masyarakat terhadap suatu organisasi, lembaga, atau individu yang terbentuk dari pengalaman, informasi, dan komunikasi yang diterima.

Citra tidak selalu sama dengan realitas, tetapi merupakan persepsi publik yang sangat mempengaruhi keputusan mereka.



Jenis-Jenis Citra Organisasi

1

Citra Bayangan (Mirror Image)

Persepsi internal organisasi tentang bagaimana publik memandang mereka. Ini adalah pandangan subjektif dari dalam organisasi.

2

Citra yang Berlaku (Current Image)

Citra yang sebenarnya dimiliki organisasi di mata publik saat ini. Ini adalah realitas persepsi publik yang harus diukur dan dipahami.

3

Citra yang Diharapkan (Wish Image)

Citra ideal yang ingin dibangun oleh organisasi. Ini menjadi target dari strategi PR dan komunikasi.

4

Citra Perusahaan (Corporate Image)

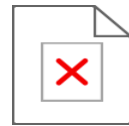
Gambaran menyeluruh mengenai organisasi yang mencakup semua aspek, dari produk hingga nilai-nilai yang dianut.

Mengapa Citra Sangat Penting?



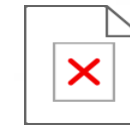
Meningkatkan Kepercayaan

Citra baik membangun kepercayaan publik yang menjadi fondasi hubungan jangka panjang.



Memperkuat Reputasi

Reputasi yang kuat membedakan organisasi dari kompetitor dan meningkatkan nilai perusahaan.



Mendukung Keberhasilan

Program organisasi lebih mudah diterima dan mendapat dukungan dari publik.



Mempermudah Kerja Sama

Stakeholder dan mitra lebih percaya untuk berkolaborasi dengan organisasi yang memiliki citra baik.



Meningkatkan Loyalitas

Stakeholder yang puas dengan citra organisasi cenderung lebih loyal dan setia.

Faktor yang Mempengaruhi Citra

Kualitas Produk/Layanan

Mutu produk atau layanan yang konsisten

Komunikasi

Pesan yang jelas dan konsisten

Perilaku Karyawan

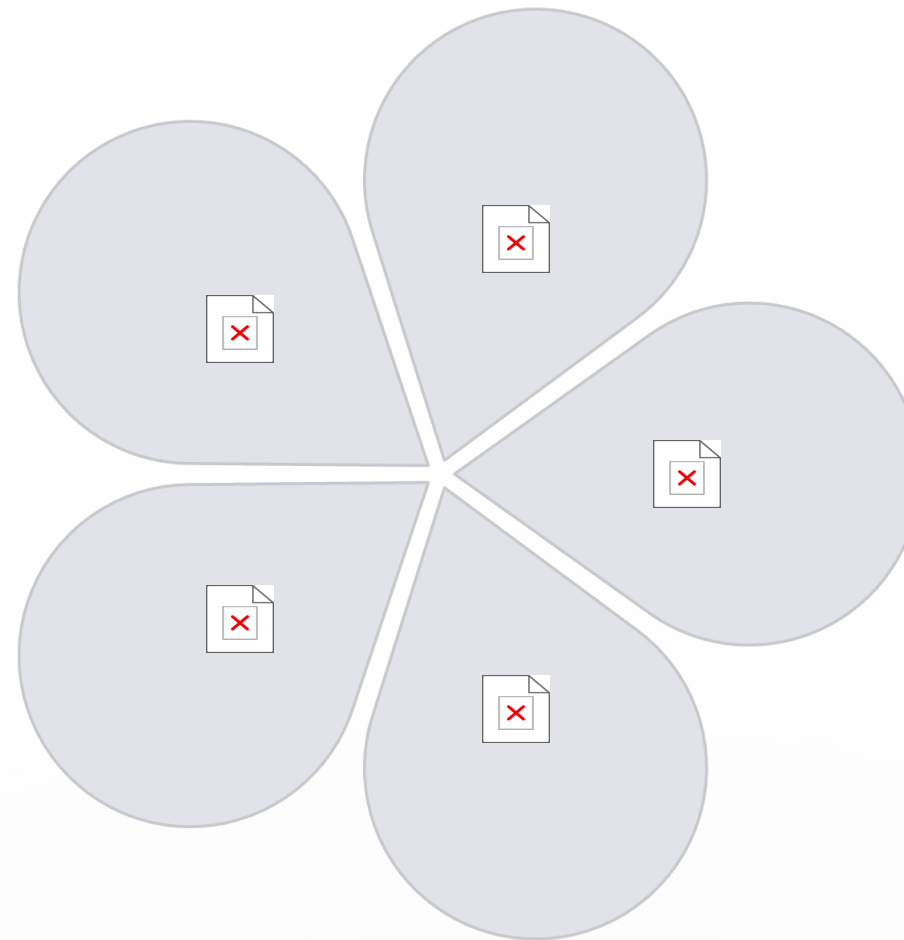
Sikap dan layanan karyawan

Pemberitaan Media

Coverage di media massa

Tanggung Jawab Sosial

Komitmen terhadap masyarakat



Tugas dan Fungsi Public Relations

Tugas Utama PR

1. Mengelola komunikasi organisasi secara strategis
2. Menyebarkan informasi kepada publik
3. Menjalin hubungan dengan media
4. Mengelola reputasi organisasi
5. Menangani krisis komunikasi

Fungsi PR

- **Communication:** Menyampaikan informasi organisasi
- **Relationship Building:** Membangun hubungan dengan publik
- **Image Building:** Membangun citra positif
- **Crisis Management:** Mengelola krisis komunikasi



Peran dan Tantangan PR Era Digital



Communication Technician

Menangani pesan



Communication Facilitator

Memfasilitasi dialog



Problem Solving Facilitator

Menyelesaikan isu



Communication Manager

Mengelola strategi

Tantangan pada Era Digital

Penyebaran Cepat

Informasi menyebar sangat cepat dan sulit dikendalikan

Hoaks & Disinformasi

Penyebaran berita palsu yang dapat merusak reputasi

Krisis Reputasi

Krisis di media sosial dapat eskalasi dengan cepat

Transparansi Tinggi

Publik menuntut keterbukaan yang lebih besar