MEDIA PUBLIC RELATIONS

Pendekatan Studi Kasus
Cyber Public Relations
Sebagai Metode Kerja PR Digital

GRAHA ILMU

Dasrun Hidayat, M.I.Kom.

MEDIA PUBLIC RELATIONS

Pendekatan Studi Kasus
Cyber Public Relations
Sebagai Metode Kerja PR Digital

Editor:
Dr. Atwar Bajari, M.Si.

MEDIA PUBLIC RELATIONS; Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital, *oleh Dasrun Hidayat, M.I.Kom.*
Editor: Dr. Atwar Bajari, M.Si.
Hak Cipta © 2014 pada penulis

GRAHA ILMU
Ruko Jambusari 7A Yogyakarta 55283
Telp: 0274-889398; Fax: 0274-889057; E-mail: info@grahailmu.co.id

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, secara elektronis maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit.

ISBN: 978-602-262-223-9
Cetakan ke I, tahun 2014

KATA PENGANTAR

Tidak ada yang menggembirakan selain membaca buku ilmu pengetahuan yang ditulis secara komprehensif dan studi mendalam, serta ketekunan dalam penyusunan naskahnya. Buku dengan judul *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public relations Sebagai Metode Kerja PR Digital* dengan penulis Sdr. Dasrun Hidayat, merupakan salah satu contoh buku ilmu pengetahuan khususnya pada bidang *public relations*.

Pada hakikatnya *public relations* merupakan tentang bagaimana mengatur hubungan antara organisasi, perusahaan atau perorangan dengan berbagai kelompok yang memiliki kepentingan. Dalam pengaturan tersebut dilakukan melalui komunikasi dan memiliki tujuan memperoleh keuntungan bersama, salah satunya adalah peningkatan *branding company*. Seiring perkembangan zaman yang semakin maju, *public relations* dalam praktik bergerak cepat dan selalu berubah. Dengan adanya buku tulisan Sdr. Dasrun Hidayat, dapat memberikan wawasan dan pemahaman lebih mendalam mengenai cara kerja *public relations* melalui media *cyber public relations*. Baik dari segi kelebihan maupun kekurangan dalam penggunaan teknologi di bidang *public relations,* salah satunya *branding company* melalui

berbagai aktivitas *cyber* seperti email, blogs, website, hingga pada media sosial atau jejaring sosial.

Buku ini tidak hanya menyajikan perjalanan *public relation*s namun menyajikan pula bagaimana cara kerja *public relations* dalam menghadapi perkembangan zaman tanpa menghilangkan cara konvensional dan pentingnya melakukan audit *public relations* dengan *cyber public relations*. Sehingga pembaca dapat menambah wawasan dan menciptakan strategi efektif dalam *public relations*. Buku ini mengajak pula pembaca agar memahami bagaimana memaknai *cyber public relations* secara bijak sehingga tidak menjadi 'bumerang' bagi perusahaan.

Saya mengucapkan selamat dan penghargaan kepada sdr Dasrun Hidayat, karena telah berhasil menulis buku yang bermanfaat ini. Diharapkan dapat menjadi panduan dalam teori dan praktik pada bidang *public relations* di Indonesia. Khazanah kepustakaan Indonesia telah diperkarya oleh buku yang berharga ini. Semoga Sdr. Dasrun Hidayat, dapat terus mengembangkan ilmu pengetahuan, sehingga karyanya berperan serta dalam mencerdaskan anak bangsa.

Ir. Naba Aji Notoseputro

Direktur Bina Sarana Informatika (BSI)

PRAKATA

Jika belajar biologi tujuannya untuk mempelajari makhluk hidup itu benar, dan belajar psikologi untuk memahami tingkah laku manusia, itupun tepat. Lalu belajar ilmu komunikasi, tujuan utamanya adalah untuk mengetahui "makna". Setiap prilaku manusia pasti mengandung makna atau arti tersendiri baik yang diperlihatkan secara verbal maupun nonverbal, secara implisit maupun eksplisit.

Makna secara eksplisit mungkin orang awampun dapat memahami, tapi makna secara implisit, makna yang tidak tampak, tidak bisa langsung bisa dipahami tanpa adanya pengkajian lebih mendalam. Nah, inilah yang menjadi ruang lingkup pembelajaran ilmu komunikasi. Semua pakar komunikasi, sarjana dan calon sarjana ilmu komunikasi dituntut untuk dapat mempelajari dan memahami makna dibalik makna, artinya setiap orang komunikasi semestinya dapat melakukan dekonstruksi makna yang ada dan yang belum tampak menjadi ada. Jika kita mengutip pernyataan dari Jacques Derrida sebagai tokoh semiotika yang beraliran pada paradigma kritis, dekonstruksi digunakan sebagai alternatif untuk menolak segala keterbatasan penafsiran ataupun bentuk kesimpulan yang baku. Konsep Dekonstruksi yang dimulai dengan konsep demistifikasi,

pembongkaran produk pikiran rasional yang percaya kepada kemurnian realitas—pada dasarnya dimaksudkan menghilangkan struktur pemahaman tanda-tanda atau *siginifier* melalui penyusunan konsep atau *signified*.

Pemaparan sepenggal cerita tentang "makna" tersebut sekedar ingin berbagi kepada pembaca bahwa selama ini apa yang kita pelajari, telaah dan diteliti sebenarnya untuk mencari makna. Demikian pula, peran seorang *Public Relations* (PR). Melalui serangkaian kegiatan dan program yang dibuat, bertujuan untuk mendapatkan makna positif atau istilah lainnya reputasi. Penilaian yang bermuara pada makna atau arti dari orang lain. Untuk mendapatkan makna tentang reputasi yang baik tersebut, maka peran PR sebagai ujung tombak perusahaan harus terlebih dahulu ditanamkan. Melalui kredibilitas yang dimiliki sebagai langkah awal mendapatkan "makna" kepercayaan orang lain terhadap seorang PR.

Penulis mencoba untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman tentang bagaimana membentuk "makna" sebagai PR yang professional dengan menjalankan fungsinya secara maksimal. Diantara strategi kerja yang penting yakni memahami cara kerja PR dengan media cyber PR, yakni pendekatan cara kerja kontemporer melalui perkembangan teknologi internet. Hal ini dinilai penting karena praktisi PR sudah semestinya mengikuti perkembangan cara kerja yang selayaknya dipelajari dan diterapkan. Cyber PR hadir untuk mempermudah cara kerja PR. Cyber PR, istilah lainnya e-PR, sudah menjadi bagian dari cara kerja PR saat ini, meskipun masih ada saja praktisi PR yang belum menerapkannya secara maksimal untuk kepentingan kerja PR.

Hadirnya media cyber sebagai strategi kerja PR, tidak berarti menggantikan cara kerja PR konvensional, tapi lebih pada pelengkap kerja sehingga pencapaian tujuan juga lebih optimal. Media konvensional seperti media cetak surat kabar, majalah dan media elektronik seperti halnya televisi dan radio, tentu juga penting bagi seorang PR. Dalam konteks tertentu, media konvensional maupun

kontemporer pasti diperlukan, bahkan bisa saja dalam kesempatan yang sama keduanya diperlukan. Oleh karena itu, untuk memahami kebutuhan khalayak dan kesesuaian dengan kepentingan perusahaan, maka dalam menentukan langkah atau menjalankan program semestinya didasari oleh tahapan audit PR. Sebuah tahapan kerja PR dengan melibatkan khalayak sebagai sumber untuk mencari tahu tentang simpul-simpul komunikasi yang bermasalah. Sebagai data awal, atau data sekunder sebelum melakukan audit PR adalah data yang dikelola melalui cyber PR. Misalnya, PR melakukan poling survey, jejak pendapat atau kegiatan sejenisnya yang bertujuan untuk mendapatkan data dari publik.

Menjawab tantangan kerja PR melalui media cyber PR tersebut, penulis menghadirkan buku *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public relations Sebagai Metode Kerja PR Digital,* dengan berbagai sub bahasan semoga dapat memberikan jawaban tentang cara kerja praktisi PR kontemporer. Buku ini tidak hanya mengupas mengenai media cyber PR, tapi juga dilengkapi dengan bahasan tentang tools PR dan tantangannya, media dan manajemen media public relations, branding company dengan sosial media hingga seni atau keterampilan PR dalam menerapkan ilmu audit PR dengan cyber PR di setiap program kerja yang dilakukan oleh PR. Semoga bermanfaat, amin.

Bandung, 21 Mei 2014

Penulis