

Strategi Public Relations

Strategi persuasive

- ▶ Strategi persuasive memiliki ciri-ciri :
- ▶ Informasi atau pesan yang disampaikan harus berdasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khalayak sebagai sasarannya.
- ▶ PR sebagai komunikator dan sekaligus mediator berupaya membentuk sikap dan pendapat yang positif dari masyarakat melalui rangsangan atau stimulasi.
- ▶ mendorong public untuk berperan serta dalam aktifitas perusahaan/organisasi agar tercipta perubahan sikap dan penilaian
- ▶ perubahan sikap dan penilaian dari public dapat terjadi maka pembinaan dan pengembangan terus-menerus dilakukan agar peran serta tersebut terpelihara dengan baik.

Strategi melalui kontribusi pada tujuan dan misi perusahaan :

- ▶ Menyampaikan fakta dan opini yang ada didalam maupun diluar perusahaan.
 - ▶ menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis
 - ▶ melakukan analisa **SWOT** (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*)
- 

Strategi dibentuk dua komponen :

1. Komponen sasaran

Yaitu satuan atau segmen yang akan digarap (stake holder yang dipersempit menjadi public sasaran (target public))

2. Komponen sarana,

Yaitu melalui pola dasar 'The 3 C's options' yaitu :

- ▶ *Conservation* (menguatkan)
- ▶ *Change* (mengubah)
- ▶ *Crystallization* (mengkristalkan)

model strategic management (Grunig and Hunt) untuk PR :

- ▶ Tahap stakeholder
 - ▶ Tahap publik
 - ▶ Tahap isu
 - ▶ Relasi publik
- 

sandra Oliver (2006) membagi strategi PR kedalam beberapa konteks

Apabila dilihat dari konteks manajemen terbagi kedalam beberapa strategi antara lain :

- ▶ strategi komunikasi bisnis
- ▶ Strategi sumber daya manusia
- ▶ staretgi komunikasi pemasaran

komponen pembentuk strategi humas

- ▶ Secara makro, lingkungan perusahaan dipengaruhi oleh unsur-unsur : kebijakan umum, budaya, sistem perekonomian dan teknologi yang dikuasi oleh organisasi yang bersangkutan
 - ▶ Secara mikro tergantung dari misi perusahaan, sumber-sumber yang dimiliki, sistem pengorganisasian dan rencana jangka pendek dan jangka panjang
- 

Strategi operasional humas

- ▶ Memberikan pengetahuan yang jelas dan rinci mengenai suatu sistem terpadu, pola perencanaan, kebijakan, keputusan yang diambil, visi dan arah tujuan organisasi bersangkutan
- ▶ Agar aktivitas humas dalam mewakili lembaga/organisasi tersebut dapat dipertegas berkenaan dengan batas-batas wewenang dan tanggung jawab dalam memberikan keterangan
- ▶ Mengetahui secara langsung dengan tepat tentang latar belakang suatu perencanaan, kebijaksanaan, arah dan tujuan organisasi
- ▶ Berhubungan secara langsung dan segera dengan pimpinan puncak, tanpa melalui perantara pejabat/departemen lain

Aspek–aspek strategi humas :

- ▶ Strategi operasional
 - ▶ Pendekatan persuasif dan edukatif
 - ▶ Pendekatan tanggung jawab sosial humas pendekatan koordinatif da integratif
 - ▶ pendekatan kerjasama
- 