



Pengantar Public Relations
IX. Media PR

Oleh:
Tine Agustin Wulandari, S.I.Kom.

Media PR

- Media atau Channel atau Saluran adalah alat yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan komunikasi sehingga lebih efektif, jika komunikasi tersebut tidak dapat dilaksanakan secara langsung (*face to face*).
- Komunikasi antara PR dengan publik, umumnya tidak dapat diselenggarakan secara langsung. Oleh karena itu, PR suatu organisasi/perusahaan memerlukan media yang efektif.
- Sehubungan dengan hal tersebut, terdapat beragam media yang digunakan dalam PR.

Klasifikasi Media PR

Cara Penyampaian

- The Spoken Word (Media Audio)
- The Printed Word (Media Visual)
- Media Audio Visual

Publik Sasarannya

- Media PR Internal
- Media PR Eksternal

Image Media (Media Citra)

- Pameran
- Open House
- Talk Show
- Konferensi Pers

The Spoken Word (Media Audio)

Komunikasi Personal

– Telepon

keuntungan menggunakan media telepon adalah dapat menyelesaikan masalah seketika tanpa memerlukan eksploitasi terlalu besar.

– Radio Telepon (Radiogram)

kelemahan menggunakan media ini adalah pembicaraan dapat didengar orang lain yang sedang berkomunikasi dengan gelombang radio yang sama.

– Dzsas Dzsus (Mouth to Mouth)

disampaikan dari mulut ke mulut, bukan media yang formal, penyampaian informasinya lebih bersifat exciting (ketertarikan) dibandingkan truth (kebenaran).

Komunikasi Massa

• Radio

seluruh jaringan kerja yang terlibat dalam proses penyiaran.

Kelebihan :

- Daya penyampaian langsung, penerimaan & pengiriman terjadi pada saat hampir bersamaan (immediacy).
- Dapat dinikmati dalam suasana akrab (intimacy).
- Kombinasi antara dialog penyiar & musik ilustrasi dapat memikat pendengar.
- Dapat dimiliki oleh berbagai kalangan karena relatif murah & portable.

Kekurangan :

- Siaran radio bersifat sepiantas lalu.
- Banyak gangguan teknis yang dapat menyebabkan penerimaan siaran kurang sempurna.
- Pendengar radio sangat beragam (heterogen)

Syarat Menggunakan Media Audio

Yang harus diperhatikan PR dalam menggunakan Media Audio :

- **Kejelasan (clarity)**, dalam susunan kata, kalimat, dan ide-ide.
 - Gunakan kalimat yang singkat & sederhana
 - Kata-kata yang umum dipakai
 - Pengulangan/penekanan pada hal-hal penting
 - Fakta atau ide yang disampaikan tidak terlalu banyak
- **Kelincahan (vividness)**, naskah radio harus lincah & riang untuk memikat pendengar
 - Kata-kata yang konkrit & mengandung gambaran (picture word)
 - Pendekatan yang segar (fresh approaches)
 - Menggunakan contoh-contoh & ilustrasi
 - Pententangan ide-ide (conflict of ideas)
- **Keanekaragaman (variety)**, naskah radio harus bervariasi
 - Panjang kalimat maupun paragraf berbeda-beda
 - Selain berbeda panjangnya, paragraf-paragraf tersebut juga berbeda dalam menimbulkan perasaan
 - Humor kalau memungkinkan

The Printed Word (Media Visual)

- **Surat Kabar**

PR bertugas untuk memberikan informasi atau bahan berita untuk diterbitkan di surat kabar.

- **Booklet & Pamflet**

bentuk booklet seperti buku kecil. Booklet dapat digunakan untuk memberikan penerangan tentang rencana kegiatan perusahaan & peraturan yang berlaku. Sedangkan pamflet biasanya hanya terdiri dari satu lembar yang tidak terlalu besar. Keduanya biasanya bersifat indoktrinasi, sehingga tujuannya adalah sebagai pedoman karyawan dalam bekerja.

- **Foto**

foto-foto yang bersifat berita & mengabadikan kegiatan perusahaan, sangat berguna mendekatkan perusahaan dengan publik, bahkan untuk membangkitkan simpati publik.

- **Poster & Papan Reklame**

sarana untuk membangkitkan kesan atau ingatan publik terhadap perusahaan karena dipasang di tempat umum.

Media Audio Visual

- **Televisi**

merupakan media yang menggunakan cara berkomunikasi dengan menerjemahkan alam pikiran dan kata-kata ke dalam bahasa gambar. Dengan kata lain, visualisasi pesan dikisahkan secara pictorial.

Kelebihan televisi :

- Seperti halnya radio, televisi memiliki daya penyampaian langsung, tetapi televisi bukan hanya meliputi suara tetapi juga gambar, serta tidak mengenal batas & jarak.
- Berguna untuk penyiaran yang diselenggarakan oleh The Few & ditujukan kepada The Many.
- Seperti halnya radio, televisi juga dapat dinikmati dalam suasana akrab (intimacy).

- **Film**

- Film for Theatrical Distribution, yaitu film-film yang dipertunjukkan di bioskop dengan penonton yang dipungut bayaran.
- Film for Non Theatrical Distribution, film yang dipertunjukkan secara gratis untuk disampaikan kepada penonton yang diundang.

Media PR Internal

- **Jurnal Internal**

Jurnal internal digunakan untuk menjangkau staf dan anggota organisasi atau karyawan perusahaan. Jurnal internal diartikan secara luas adalah bahan cetakan yang diterbitkan secara teratur.

Bentuk-bentuk Jurnal Internal :

- **Majalah**
- **Koran**
- **Newsletter**
- **Majalah Dinding**

Bentuk-bentuk baru jurnal internal :

- **Jurnal Audio**, berita yang direkam pada pita kaset sehingga dapat didengarkan secara berulang-ulang.
- **Jurnal Video**, kegiatan perusahaan yang dianggap penting direkam dengan menggunakan kamre video.
- **Video Perusahaan**, perkembangan lebih lanjut dari jurnal video, berupa jaringan televisi perusahaan yang ditransmisikan ke berbagai unit perusahaan.
- **Koran Elektronik**, jaringan komunikasi melalui komputer, komputer induk disambungkan dengan sejumlah besar komputer staf.

- **Papan Pengumuman**
wujud fisiknya beragam, mulai dari poster cetakan yang mudah dipasang & diganti sampai dengan papan permanen yang terbagi menjadi beberapa kolom.
- **Kasrt Vidgo & CCTV**
media modern ini menghasilkan komunikasi tatap muka secara artifisial (seolah-olah penonton & yang ditonton dapat berkomunikasi secara langsung).
- **Stasiun Radio Sendiri**
- **Jaringan Telepon Internal**
- **Kotak Saran**
- **Insentif Bicara**
berupa formulir untuk memberikan pengaduan.
- **Siaran Umum**
terdiri dari sejumlah pengeras suara & instalasi sentral untuk menyampaikan pesan-pesan kepada segenap pegawainya.
- **Serikat Pekerja**
agar keberadaan karyawan perusahaan diakui bahkan diberi tempat tersendiri.
- **Acara Kekeluargaan**
berbagai acara tidak resmi yang diadakan perusahaan untuk mendekatkan pihak manajemen dengan karyawan.

Media PR Eksternal

Berikut ini adalah Media PR Eksternal (beberapa diantaranya sudah dijelaskan sebelumnya), yaitu Surat Kabar, Radio, Televisi sehingga yang akan dijelaskan hanya Website (Internet)

Website mempunyai fungsi yang bermacam-macam, tergantung dari tujuan dan jenis website yang dibangun, tetapi secara garis besar dapat berfungsi sebagai :

1. Media Promosi

Sebagai media promosi dapat dibedakan menjadi media promosi utama, misalnya website yang berfungsi sebagai Toko Online, atau hanya sebagai penunjang promosi utama

2. Media Pemasaran

Pada Toko Online, website merupakan media pemasaran yang cukup baik, karena dibandingkan dengan toko sebagaimana di dunia nyata, untuk membangun toko online diperlukan modal yang relatif lebih kecil, dan dapat beroperasi 24 jam walaupun pemilik website tersebut sedang istirahat atau sedang tidak ditempat, serta dapat diakses darimana saja.

3. Media Informasi

Website menyediakan informasi yang bersifat global karena dapat diakses dari mana saja selama dapat terhubung ke internet, sehingga jangkauannya lebih luas daripada media konvensional seperti koran, majalah, radio atau televisi yang bersifat lokal.

4. Media Pendidikan

Ada komunitas yang membangun website khusus berisi informasi atau artikel yang sarat dengan informasi ilmiah misalnya wikipedia.

5. Media Komunikasi

Sekarang banyak terdapat website yang dibangun khusus untuk berkomunikasi seperti forum yang dapat memberikan fasilitas bagi para anggotanya untuk saling berbagi informasi atau membantu pemecahan masalah tertentu.