

Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.
Muji Rahmat Ramelan, S.E., M.B.A

MODUL AJAR

TEORI DAN PRAKTEK
PUBLIC
RELATIONS



HALAMAN PENGESAHAN
 JUDUL BUKU AJAR : Teori dan Praktek Public Relations
 MATA KULIAH : Public Relations
 Kode Mata Kuliah : EBM 516056
 NAMA PENULIS 1 : Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.
 NIP PENULIS 1 : 197606172009122001
 NAMA PENULIS 2 : Mudji Rachmat Ramelan, S.E, MBA.
 NIP PENULIS 2 : 197410111999031002
 FAKULTAS : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 JURUSAN : JURUSAN MANAJEMEN
 KARYA ILMIAH DIAJUKAN : MODUL AJAR
 PENERBIT : AURA PUBLISHING
 TAHUN TERBIT : 2018
 ISBN : 978-602-5940-32-2



Bandar Lampung, 6 November 2018

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Prof. Dr. Saiful Bahri, S.E., M.Si.
 NIP. 19640326 198703 1 011

Ketua Penulis

 Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.
 NIP 197606172009122001

Menyetujui
 Ketua Lembaga Pengembangan Pembelajaran dan Penjaminan Mutu




 Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
 NIP. 19640326 198902 1 001

PRAKATA



Mata Kuliah Public Relation menyajikan dasar-dasar pengetahuan konsep tentang profesi dan ruang lingkup kerja public relations, peranan public relations dalam hubungannya dengan stakeholders dan institusi/lembaga, manajemen reputasi public relations, riset public relations, etika profesi public relations, kegiatan penulisan public relations, serta merancang kegiatan kampanye public relations.

Modul ini dibuat untuk memfasilitasi mahasiswa dalam memahami konsep-konsep yang disajikan pada mata kuliah Public Relations. Materi yang disajikan dalam modul ini disusun dengan memadukan beberapa buku literatur Public Relations yang ada serta beberapa buku rujukan yang dianggap relevan dengan konsep-konsep public relations. Materi dalam modul ini disajikan secara sistematis dilengkapi dengan contoh-contoh yang mudah dipahami, latihan-latihan ulasan, serta kasus-kasus guna menggali analisa berpikir mahasiswa.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu tersusun dan terbitnya modul ajar ini. Semoga modul ini dapat bermanfaat.

Penulis,

Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.

Muji Rahmat Ramelan, S.E.M.B.A.

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
KEGIATAN BELAJAR 1	
DEFINISI PUBLIC RELATIONS.....	1
A. PENDAHULUAN.....	1
B. PENYAJIAN MATERI.....	2
1. Pentingnya Public Relations.....	2
2. Apakah Public Relations Itu.....	4
3. Proses Terencana untuk Memengaruhi Opini Publik.....	5
4. Public Relations Sebagai Penerjemah Manajemen.....	8
5. Public Relations sebagai Penerjemah Publik.....	9
C. KESIMPULAN.....	11
D. LATIHAN.....	12
E. TES FORMATIF.....	13
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT.....	14
KEGIATAN BELAJAR 2	
SEJARAH DAN PERKEMBANGAN PUBLIC RELATIONS.....	15
A. PENDAHULUAN.....	15
B. PENYAJIAN MATERI.....	16
1. Permulaan Pada Masa lalu.....	16

2. Pertumbuhan Public Relations Modern.....	20
3. Public Relations Mencapai Kematangan.....	21
C. KESIMPULAN.....	23
D. LATIHAN.....	24
E. TES FORMATIF.....	26
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT.....	29

KEGIATAN BELAJAR 3

KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS.....	30
A. PENDAHULUAN.....	30
B. PENYAJIAN MATERI.....	31
1. Tujuan Komunikasi.....	31
2. Teori Komunikasi Tradisional.....	31
3. Teori Komunikasi Kontemporer.....	32
4. Kata.....	32
5. Bias Penerima.....	34
C. KESIMPULAN.....	37
D. LATIHAN.....	38
E. TES FORMATIF.....	39
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT.....	41

KEGIATAN BELAJAR 4

OPINI PUBLIK.....	43
A. PENDAHULUAN.....	43
B. PENYAJIAN MATERI.....	44
1. Apa Itu Opini Publik.....	47
2. Apa Itu Sikap.....	48
3. Bagaimana Sikap Dipengaruhi.....	49
4. Memotivasi Perubahan Sikap.....	50

5. Kekuatan Persuasi	51
6. Mempengaruhi Opini Public.....	53
7. Memoles Citra Perubahan.....	54
C. KESIMPULAN	54
D. LATIHAN	56
E. TES FORMATIF	57
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT.....	60

KEGIATAN BELAJAR 5

MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS	61
A. PENDAHULUAN	61
B. PENYAJIAN MATERI	62
1. Proses Manajemen Public Relations	62
2. Melapor Kepada Manajemen Puncak.....	62
3. Membuat Konsep Perencanaan Public Relations.....	62
4. Membuat Perencanaan Public Relations	62
5. Mengaktifkan Kampanye Public Relations.....	63
6. Menentukan Tujuan Public Relations	63
7. Membuat Anggaran Public Relations.....	63
8. Mengimplementasikan Program Public Relations	63
9. Departemen Public Relations.....	64
10. Agensi Public Relations	64
11. Manajemen Reputasi.....	64
C. KESIMPULAN	64
D. LATIHAN	65
E. TES FORMATIF	66
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT.....	70



KEGIATAN BELAJAR 6

ETIKA PUBLIC RELATIONS	71
A. PENDAHULUAN	71
B. PENYAJIAN MATERI	72
1. Melakukan Hal Yang Benar	72
2. Etika Dalam Bisnis	72
3. Kode Perilaku Perusahaan	73
4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	73
5. Etika dalam pemerintahan	74
6. Etika Dalam Jurnalisme	76
7. Etika dalam Public Relations	76
C. KESIMPULAN	77
D. LATIHAN	77
E. TES FORMATIF	79
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	81

KEGIATAN BELAJAR 7

PUBLIC RELATIONS DAN HUKUM	83
A. PENDAHULUAN	83
B. PENYAJIAN MATERI	84
1. Public Relations dan Hukum: Aliansi yang aneh	84
2. Public Relations dan Amendemen Pertama	84
3. Public Relations Dan Hukum Pencemaran Nama Baik	85
4. Public Relations dan Perdagangan Melalui Orang Dalam	85
5. Public Relations dan Hukum Pengungkapan	85
6. Public Relations dan Hukum Etika	86
7. Public Relations Dan Hukum Hak Cipta	86
8. Public Relations Dan Hukum Internet	87
9. Public Relations Pada Proses Hukum	88

C. KESIMPULAN	89
D. LATIHAN	90
E. TES FORMATIF	91
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT.....	93

KEGIATAN BELAJAR 8

PENELITIAN PUBLIC RELATIONS.....	94
A. PENDAHULUAN	94
B. PENYAJIAN MATERI.....	95
1. Apakah Penelitian Itu.....	95
2. Prinsip Penelitian Public Relations.....	96
3. Jenis Penelitian Public Relati.....	97
4. Metode Penelitian Public Relations.....	98
C. KESIMPULAN.....	99
D. LATIHAN	100
E. TES FORMATIF	101
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	104

KEGIATAN BELAJAR 9

PUBLISITAS PUBLIC RELATIONS.....	105
A. PENDAHULUAN	105
B. PENYAJIAN MATERI.....	106
1. Objektivitas Dalam Media.....	106
2. Media Cetak: Bertahan.....	106
3. Media Elektronik: Pasang-Surat TV Berlangganan.....	107
4. Faktor Internet.....	108
5. Menangani Media	108
6. Menarik Publisitas	111
7. Nilai Dari Publisitas.....	112



8. Upaya Menarik Publisitas	113
9. Publisitas online	116
10. Menghadapi Wawancara Media	116
C. KESIMPULAN	119
D. LATIHAN	120
E. TES FORMATIF	121
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	123

KEGIATAN BELAJAR 10

PUBLIC RELATIONS DAN MEDIA SOSIAL.....	124
A. PENDAHULUAN	124
B. PENYAJIAN MATERI	125
1. Public Relations dan Internet.....	125
2. Website	126
3. Surat Elektronik (Surel).....	128
4. Blog	129
5. Jejaring Sosial.....	130
6. Sarana Komunikasi Berbasis Web.....	135
7. Sisi Gelap dari Komunikasi Online.....	136
C. KESIMPULAN	137
D. LATIHAN	138
E. TES FORMATIF	140
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	143

KEGIATAN BELAJAR 11

PUBLIC RELATIONS DAN HUBUNGAN DENGAN PEGAWAI.....	144
A. PENDAHULUAN	144
B. PENYAJIAN MATERI.....	145
1. Komunikasi Internet yang Kritis	145



2. Menangani Publik Pegawai	146
3. Komunikasi Terpercaya di Masa yang Tidak Menentu.....	146
4. Taktik Komunikasi dengan Pegawai.....	148
5. Media Sosial Internet.....	151
6. Kabar Burung	152
C. KESIMPULAN.....	153
D. LATIHAN	154
E. TES FORMATIF	157
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT.....	160

KEGIATAN BELAJAR 12

PUBLIC RELATIONS DAN HUBUNGAN PEMERINTAH.....	161
A. PENDAHULUAN	161
B. PENYAJIAN MATERI.....	162
1. Public Relations di Dalam Pemerintah	162
2. Praktisi Public Relations di Pemerintah.....	163
3. Dua Departemen Penting.....	163
4. Presiden.....	165
5. Sekretaris Pers Presiden.....	166
6. Melobi Pemerintah	167
7. Komite Tindakan Politik.....	169
8. Menghadapi Pemerintah Daerah	171
C. KESIMPULAN.....	172
D. LATIHAN	173
E. TES FORMATIF	174
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT.....	177

KEGIATAN BELAJAR 13

PUBLIC RELATIONS DAN HUBUNGAN KOMUNITAS	178
A. PENDAHULUAN	178
B. PENYAJIAN MATERI.....	179
1. Keragaman Multikultural.....	179
2. Corporate Social Responsibility (CSR).....	180
3. Ekspektasi dari Hubungan Komunitas.....	181
4. Apa yang Diharapkan Komunitas	181
5. Apa yang Diharapkan Organisasi	182
6. Tujuan Hubungan Komunitas	183
7. Melayani Komunitas di Web.....	184
8. Melayani Komunitas yang Beragam	185
9. Public Relations Nonprofit.....	187
10. Ahli Berbagai Fungsi Public Relations.....	187
C. KESIMPULAN.....	188
D. LATIHAN	189
E. TES FORMATIF	191
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT.....	194

KEGIATAN BELAJAR 14

PUBLIC RELATIONS DAN HUBUNGAN KONSUMEN

INTERNASIONAL	195
A. PENDAHULUAN	195
B. PENYAJIAN MATERI.....	196
1. Kelas Konsumen di Seluruh Dunia	196
2. Tujuan Hubungan Konsumen.....	196
3. Media yang Dihasilkan oleh Konsumen	197
4. Mengenai Keluhan Konsumen	197
5. Kebijakan Terkait Konsumen	198
6. Beroperasi di Seluruh Dunia.....	199



7. Aktivistis Konsumen Internet	199
8. Perusahaan Memahami Anda	200
C. KESIMPULAN	200
D. LATIHAN	201
E. TES FORMATIF	203
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	205

KEGIATAN BELAJAR 15

PENULISAN PUBLIC RELATIONS	206
A. PENDAHULUAN	206
B. PENYAJIAN MATERI	207
1. Penulisan Public Relations	207
2. Dasar-Dasar Penulisan	207
3. Rumus Keterbacaan Flesch	208
4. Keindahan Piramida Terbalik	208
5. Rilis Berita	209
6. Nilai Berita dari Rilis Berita	209
C. KESIMPULAN	210
D. LATIHAN	210
E. TES FORMATIF	211
F. UMPAN BALIK DAN TINDAK LANJUT	212

KEGIATAN BELAJAR 16

KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI	213
A. PENDAHULUAN	213
B. PENYAJIAN MATERI	214
1. Public Relations VS Pemasaran VS Iklan	214
2. Publisitas Produk	214
3. Dukungan Promosi Pihak ke Tiga	215



4. Membangun Sebuah Merek.....	215
5. Iklan Public Relations	216
6. Pemasaran Terintegrasi Tradisional	218
7. Pemasaran Terintegrasi Abad Ke.....	220
8. Namakan Sendiri.....	222
C. KESIMPULAN.....	222
D. LATIHAN	223
E. TES FORMATIF	225
F. UMPAN BAIK DAN TINDAK LANJUT	228
KUNCI JAWABAN.....	229
DAFTAR PUSTAKA.....	238

