

## Bahan ajar

### handout Pengantar Humas

## HUBUNGAN MASYARAKAT INTERNAL DAN EKSTERNAL <sup>1</sup>

Oleh: Kamaruddin Hasan<sup>2</sup>

Menurut John. E. Marston, hubungan masyarakat (PR) adalah kegiatan komunikasi yang terencana dan persuasif untuk mendesain publik-publik yang nyata, PR bukanlah ilmu tradisional yang digunakan untuk menghadapi tujuan-tujuan sesaat, PR perlu direncanakan dalam suatu pendekatan manajemen kepada target-target public tertentu. Pr juga dapat diartikan sebagai seni untuk membuat perusahaan Anda disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen dan para penyalurnya.

Kegiatan Public Relations adalah kegiatan yang ditujukan untuk publiknya. Berdasarkan jenis publiknya kegiatan Public Relations terbagi menjadi dua yaitu :

### a. Hubungan masyarakat internal

Pada dasarnya humas internal (*internal Public Relations*) itu mempunyai andil yang sama pentingnya dengan humas eksternal. Sebagai suatu gambaran, jika yang menjadi ukurannya itu adalah uang maka humas internal mampu memberi kontribusi profitabilitas perusahaan yang sama besarnya dengan yang diberikan oleh humas eksternal.

Kegiatan Internal Public Relations merupakan kegiatan yang ditujukan untuk publik internal organisasi/perusahaan. Publik internal adalah keseluruhan elemen yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan, seperti karyawan, manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi perusahaan dan sebagainya

Melalui kegiatan Internal Public Relations diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi/perusahaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik. Dengan begitu kegiatan operasional perusahaan akan berjalan dengan lancar.

#### ➤ Hubungan dengan karyawan

Seorang PR harus mampu berkomunikasi dengan segala lapisan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik dan saran mereka sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam organisasi/perusahaan. Karna dapat menimbulkan hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan perusahaan.

---

<sup>1</sup> Diambil dari berbagai sumber

<sup>2</sup> Dosen prodi ilmu komunikasi Fisip Unimal

### ➤ **Hubungan dengan pemegang saham**

Seorang PR juga harus mampu membina hubungan yang baik dengan pemegang saham, serta mampu mengkomunikasikan apa yang terjadi dalam organisasi/perusahaan. Karena sebagai penyandang dana, mereka harus selalu tahu perkembangan perusahaan secara transparan agar dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Dengan demikian akan menghilangkan kesalahpahaman dan kecurigaan terhadap perusahaan.

Sedangkan yang termasuk public internal adalah khalayak/public yang menjadi bagian dari kegiatan usaha pada suatu organisasi atau instansi itu sendiri. Dalam dunia bisnis PR, Publik Internal ini disesuaikan dengan bentuk daripada organisasi yang bersangkutan apakah organisasi tersebut berbentuk suatu perusahaan dagang, instansi pemerintah ataupun lembaga pendidikan. Jadi tergantung dari jenis, sifat atau karakter dari organisasinya. Jadi public yang termasuk ke dalamnya pun menyesuaikan diri dengan bentuk dari organisasinya dan umumnya khalayak atau public tersebut adalah yang menjadi bagian dari kegiatan usaha dari badan/instansi/perusahaan itu sendiri.

### **b. Hubungan masyarakat eksternal**

Hubungan dengan publik diluar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak. Karena perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Karena itu perusahaan harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umumnya.

Salah satunya dengan melakukan komunikasi dengan publik ekstern secara informatif dan persuasif. Informasi yang disampaikan hendaknya jujur, teliti dan sempurna berdasarkan fakta yang sebenarnya. Secara persuasif, komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan (publik) sehingga timbul rasa tertarik.

### ➤ **Hubungan dengan komunitas**

Membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Ini juga dapat diartikan sebagai tanda terima kasih perusahaan kepada komunitas. Dengan begitu menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya sekedar mengambil keuntungan dari mereka, melainkan ikut peduli dan mau berbagi apa yang diperoleh perusahaan dari lingkungan yang merupakan milik bersama.

➤ **Hubungan dengan pelanggan**

Membina hubungan baik dengan pelanggan, dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan perusahaan itu sendiri. Menurut Seitel (2001 : 455) tujuan hubungan konsumen antara lain :

- mempertahankan pelanggan lama.
- menarik pelanggan baru.
- memasarkan/memperkenalkan produk atau jasa baru.
- memudahkan penanganan keluhan pelanggan dan
- mengurangi biaya. Customer relations dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain plant tour, iklan, film, pameran, publisitas, brosur, dan special events.

➤ **Hubungan dengan media massa dan pers (media & press relations)**

Hubungan dengan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Dengan hubungan baik dengan media dan pers, perusahaan bisa mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaan-pemberitaan negatif atau salah tentang perusahaan di media massa.

➤ **Hubungan dengan pemerintah**

Hubungan yang baik dengan pemerintah bisa memudahkan perusahaan dalam menyesuaikan kebijakan yang akan diambil dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, sehingga kebijakan tersebut terwujud sesuai dengan aturan pemerintah dan tidak melanggar hukum. Sedangkan yang dimaksud Publik Eksternal adalah public yang berada di luar organisasi/instansi/perusahaan yang harus diberikan penerangan/informasi untuk dapat membina hubungan baik. Sama juga halnya dengan public internal maka public eksternal juga menyesuaikan diri dengan bentuk atau sifat, jenis dan karakter dari organisasi yang bersangkutan. Dengan demikian maka yang menjadi public eksternal suatu organisasi akan berbeda dengan organisasi lainnya.

=====