

Fungsi Public Relation LPP RRI Malang Dalam Upaya Meningkatkan Citra Lembaga Penyiaran Publik

Daniswara Agrivina Hermatanti
Jurusan Teknik Industri
E-mail: Pindudh14@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menunjukkan untuk mengetahui bagaimana fungsi *public relations* LPP RRI Malang dalam upaya meningkatkan citra lembaga. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pendukung serta penghambat fungsi *public relations* LPP RRI Malang dalam upaya meningkatkan citra lembaga. Penelitian ini dilaksanakan di Malang dengan memilih informan dari Bagian public relation / layanan pengembangan usaha. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif di mana, peneliti berusaha memberikan gambaran, memaparkan serta menginterpretasikan objek yang diteliti secara sistematis dan faktual.

Hasil penelitian menunjukkan lembaga sejauh ini sudah cukup baik. Dengan menjalankan fungsi-fungsi PR yaitu sebagai *communicator*, membangun *relationship* dengan pihak internal maupun eksternal dan melakukan tahapan-tahapan proses kegiatan PR. Faktor-faktor yang mendukung fungsi PR dalam meningkatkan citra lembaga adalah: koordinasi dengan antar section, koordinasi dengan *department* lain, dan tenaga profesional(SDM) dalam pelaksanaan program. Faktor-faktor yang menghambat fungsi PR LPP RRI Malang dalam meningkatkan citra lembaga adalah: isu yang menimpa lembaga, menjadi tidak efektif melakukan kegiatan tanpa adanya tujuan yang jelas, kurangnya kesadaran untuk memberikan informasi kepada *stakeholder*, dan tidak kompaknya team.

Kata kunci : public relation, communicator, relationship, stakeholder

PENDAHULUAN

Public Relation merupakan suatu bagian atau profesi yang sangat vital bagi suatu lembaga. Praktisi PR mungkin dapat menjadi konselor suatu media tentang pentingnya peran PR dalam operasional sebuah media penyiaran yang bertugas untuk memberikan info tentang berbagai informasi.

Praktisi PR tidak hanya berfungsi untuk membentuk dan menyampaikan pesan dari suatu perusahaan atau media, tetapi sebagai profesional yang mengatur fungsi lembaga seperti berperan dalam menangani krisis, membuat suatu persepsi dan membuat opini publik yang baik menjadi citra berdasarkan realita untuk mencapai tujuan suatu lembaga.

Dengan semakin berkembangnya peran PR dan semakin dibutuhkannya fungsi PR dalam suatu lembaga, maka muncul

dan berkembanglah konsultan-konsultan PR yang siap membantu setiap krisis maupun masalah yang menimpa suatu lembaga. Konsultan PR dalam prakteknya hanya memberikan jasa keahlian khusus di bidang konsultan kehumasan kepada pihak lain yang membutuhkan pelayanan jasa profesionalnya. Ada beberapa alasan mengapa lembaga membutuhkan bagian PR (*Public Relation*).

Antara lain sebagai opini kedua untuk menilai strategi, implementasi program kerja, mengisi kesenjangan kemampuan dan pengalaman, dan lain-lain. Tidak dapat dipungkiri, semakin berkembangnya krisis-krisis media maupun semakin besarnya kebutuhan akan informasi, semakin banyak pula media penyiaran yang ada di Indonesia. Sehingga dengan semakin berkembangannya media penyiaran ,

persaingan media menjadi sangat kuat dan semakin besar. Sehingga mereka harus mampu menetapkan strategi yang tepat dan sesuai untuk pencitraan diri mereka.

Strategi harus dimiliki oleh semua media penyiaran. Strategi-strategi yang dapat dilakukan oleh media penyiaran terutama radio, dapat bermacam-macam jenisnya. Mulai dari cara dan metode kinerja yang baik dan memiliki keunikan, hingga program-program yang akan dilakukan untuk menarik perhatian para pendengar dan dalam menjaga reputasi dan citra radio di masyarakat. Biasanya setiap radio memiliki strategi yang berbeda-beda dengan keunikan tersendiri, walaupun pada intinya strategi mereka tidak jauh berbeda. Tetapi bagaimana cara mereka menyampaikan dan melakukannya itulah yang membedakan diantara mereka. Sehingga setiap PR di radio perlu menentukan dan membuat strategi yang baik yang dapat membantu pembentukan radio itu sendiri, agar mampu menarik perhatian para pendengar yang selalu membutuhkan informasi.

Saat ini jumlah lembaga penyiaran yang ada di Indonesia, khususnya di Malang sudah cukup banyak dan berkembang. Radio Republik Indonesia merupakan Lembaga Penyiaran Publik milik bangsa Indonesia didirikan pada tanggal 11 September 1945. Radio Republik Indonesia sampai tahun 2009 memiliki 59 stasiun penyiaran tersebar di seluruh Indonesia serta ditambah 1 stasiun penyiaran Siaran Luar Negeri yang dikenal dengan Voice Of Indonesia. Pada sebuah stasiun penyiaran RRI di kota besar biasanya terdapat 4 program antara lain PRO1, PRO2, PRO3 dan PRO4. Segmentasi PRO1 Ragam Musik dan Informasi, PRO2 Gaya Hidup, PRO3 Jaringan Berita Nasional, PRO4 Pendidikan dan Budaya, sedangkan Voice Of Indonesia siaran luar negeri yang coverage areanya mencakup Eropa, Timur

Tengah, Afrika, Asia Pasifik, Australia, dan Amerika. Radio Republik Indonesia (RRI) Malang berada di Jalan Candi Panggung No. 58 Malang. Lokasi berada di daerah perumahan (Griya Shanta dan Permata Jingga). LPP RRI Malang adalah lembaga penyiaran yang sudah berdiri sejak 11 September 1945, dengan nama Radio Republik Indonesia. LPP RRI Malang memiliki metode tersendiri dalam melakukan kegiatan komunikasinya, mengembangkan dan menentukan strategi yang tepat dan sesuai untuk membentuk citra RRI Malang sendiri khususnya di mata para pendengar. Dalam mengembangkan strateginya, RRI Malang mengkombinasikan antara komunikasi internal dan eksternal, serta didukung pula dengan hubungan kepada karyawan dan masyarakat *public relations* atau PR adalah bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang maupun sebuah lembaga di mata publik.

Profesi PR bekerja di wilayah publik untuk membentuk fungsi komunikasi, hubungan masyarakat (*public relations*), lembaga krisis (*crisis management*), hubungan pelanggan (*customer relations*), hubungan karyawan (*employee relations*), urusan pemerintah (*government relations*), hubungan industry (*industry relations*), hubungan investor (*investor relations*), hubungan dengan media (*media relations*), mediasi, publisitas, pidato-menulis, dan pengujung hubungan (Ruslan, 2002:17). Iriantara (2004:63) mengungkapkan bahwa jika lembaga sukses membangun citra positif dan powerful maka lembaga tersebut mampu terus bertahan dan unggul di dalam pertarungan bisnis secara berkesinambungan dalam jangka panjang. Tentunya LPP RRI Malang sejalan dengan pemikiran tersebut bahwa citra positif sama dengan kesuksesan lembaga dalam jangka panjang.

Mengingat begitu penting dampak yang ditimbulkan dari sebuah

pencitraan positif, maka penulis ingin memberikan gambaran mengenai fungsi public relations dalam upaya meningkatkan citra perusahaan. Berdasarkan pemaparan di atas, penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Fungsi Public Relation LPP RRI Malang Dalam Upaya Meningkatkan Citra Lembaga Penyiaran Publik”**.

METODE

Rancangan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan dalam 2 siklus. Masing-masing siklus terdiri dari 2 pertemuan. Masing-masing pertemuan dengan alokasi waktu 2x30menit tiap pertemuan.

HASIL

Pada bagian ini akan disajikan hasil penelitian yang didapat dari wawancara kepada informan. Dari wawancara tersebut didapatkan data yang dapat menggambarkan tentang bagaimana pelaksanaan fungsi public relations pada LPP RRI Malang dapat berjalan sesuai dengan fungsi-fungsinya.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu satu bulan, yang dilakukan dengan teknik wawancara kepada informan yaitu Dalam kurun waktu tersebut dan telah diperoleh informasi yang jelas mengenai studi penelitian ini. Proses analisa data atau pembahasan dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Hal utama proses analisis adalah pengolahan data, analisis data, sajian data dan penarikan kesimpulan.