

Mengembangkan Kajian Teoritik Ilmu Komunikasi dari Teori Public Relations Berperspektif Lokal

M. Fikri. AR, MA (Materi Bedah
Buku Teori Public Relations karya
Rachmat K, Ph.D)

“The Fact Without Theory Is Silence.”

Setidaknya ada empat fungsi teori bagi praktisi public relations

- ❖ 1. Fungsi deskripsi: teori menyediakan kosakata untuk belajar dan menjelaskan konsep *public relations*.
- ❖ 2. Fungsi pemahaman: selain mendeskripsikan, teori juga memberi pemahaman.
- ❖ 3. Fungsi prediksi dan kontrol: teori mempunyai kemampuan memprediksi dan mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan dari penerapan konsep.
- ❖ 4. Fungsi heuristik: teori saling berkaitan satu sama lain. PR dapat mendialogkan dan menghubungkan teori yang satu dengan yang lain sehingga diperoleh pemahaman yang lebih baik untuk mengatasi masalah.

PENGELOMPOKAN KATEGORI TEORI

(Sumber: Kriyantono, 2014, h. 31)

Genres (Littlejohn, 1992)	Tradisi (Craig, 2007)	Akar Teori PR (Rogers, 2007)	Paradigma Penelitian	Contoh Teori PR
Struktur & Fungsional	Sibernetika	Evolutionary Theory (Darwinisme)	Objektif/Positivistik/Fungsional	Teori Sistem; Teori Excellence; STP; Teori Informasi; Encroachment
Interaksional & Konvensional	Sosiokultural		Interpretif-Konstruktif/Co-creation	Konstruksi Sosial; Impression Management; Relationship Management; Framing
Kognitif & Perilaku	Sosiopsikologis	Psikoanalisis	Objektif/Positivistik/Fungsional	Uses and Gratifications; Attribution; ELM; Agenda Setting-Information Subsidies
Interpretif	Fenomenologi		Interpretif-Konstruktif/Co-Creation	Fenomenologi
Kritis	Kritis	Marxisme	Interpretif-Kritis	Postmo; Cultural Studies; Strukturasi
	Retorika	Retorika	Objektif, Interpretif, Kritis	Apologia; SCCT; Image Restoration
	Semiotika		Interpretif - Konstruktif	Semiotika
RETORIKA				

Perkembangan Ilmu Komunikasi Melalui Lembaga Pendidikan

(Sumber: Kriyantono, 2012, h. 63)

- ❖ Akademi Ilmu Politik di Yogyakarta, sebagai penyelenggara pendidikan komunikasi, pertama kali pada 1949, yang kemudian berubah menjadi bagian sosial dan politik Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada (UGM). Sekarang berubah disebut Jurusan Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM.
- ❖ Perguruan Djurnalistik Jakarta, yang berubah menjadi Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang mempunyai Fakultas Komunikasi.
- ❖ Jurusan Publisistik pada Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Kemasyarakatan UI (1959), berubah menjadi Fakultas ilmu-ilmu sosial (1963), berubah menjadi FISIP (1983). Berubah menjadi Departemen Komunikasi Massa (1972), berubah menjadi Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UI.
- ❖ Fakultas Djurnalistik dan Publisistik UNPAD (1960). Berubah menjadi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.
- ❖ Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Airlangga berdiri pada 1988.
- ❖ Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya berdiri pada 2004.

Nomenklatur

- ❖ Ilmu Komunikasi
- ❖ Jurnalistik
- ❖ Hubungan Masyarakat
- ❖ Periklanan
- ❖ Televisi dan Film
- ❖ Manajemen Komunikasi dan Media
- ❖ Penyiaran
- ❖ Periklanan

Teori dan Realitas

- ❖ Kerlinger (1986) mendefinisikan teori sebagai “seperangkat interelasi antara konstruk, definisi, dan proposisi yang menjelaskan suatu fenomena secara sistematis dengan cara menjelaskan relasi antar variabel, dengan tujuan menjelaskan dan memprediksi fenomena tersebut.
- ❖ Neumann menyebut teori sebagai pengetahuan tentang dunia nyata yang terorganisasi, sehingga membantu orang untuk memvisualkan dan menjelaskan sesuatu; Cara memandang, menerjemahkan, dan memahami berbagai peristiwa di dunia; Sistem dari ide-ide yang saling berkaitan.
- ❖ Teori berpijak dari fenomena empiris dan berusaha menjelaskan cara kerja fenomena tersebut serta meramalkan akibat yang ditimbulkannya.

Relasi Harmoni PR dan Media: Sebuah Abstraksi (1)

- ❖ PR dan Media mempunyai hubungan amat erat dan saling membutuhkan. PR berposisi sebagai penghubung sumber berita, sementara media adalah penyampai informasi kepada publik. Karena itu, keduanya sebenarnya merupakan mitra kerja.
- ❖ Wilayah kerja keduanya ini amat luas. Ranah yang mempersamakan ialah keduanya senantiasa berhubungan dengan publik. Tetapi bagaimana bentuk kerjasama antara PR dengan media itu? Bagaimana relasi yang bisa dilihat secara sederhana namun substantif?

Bila dilihat dari sisi PR (2)

Memperoleh tempat dalam space media

Ketepatan waktu

Contact person redaksi media

Press Release dimuat

Hubungan kooperatif dan berkelanjutan

Agenda Setting - Information Subsidies

Teori PR (3)

- ❖ Teori ini menjadi dasar bagi *public relations* untuk membuat program yang dapat mempengaruhi agenda media. Menjadi agenda media berarti program *public relations* itu mendapat liputan media berkali-kali karena dianggap sesuatu yang penting.
- ❖ Dalam konteks *public relations*, teori agenda setting dapat diperluas dengan membahas bagaimana proses penentuan agenda media dan agenda *public relations* (agenda building) yang dilakukan oleh praktisi *public relations*.
- ❖ Perluasan ini berangkat dari asumsi bahwa PR harus proaktif menyediakan informasi dan bahkan memengaruhi agenda media dan publik.

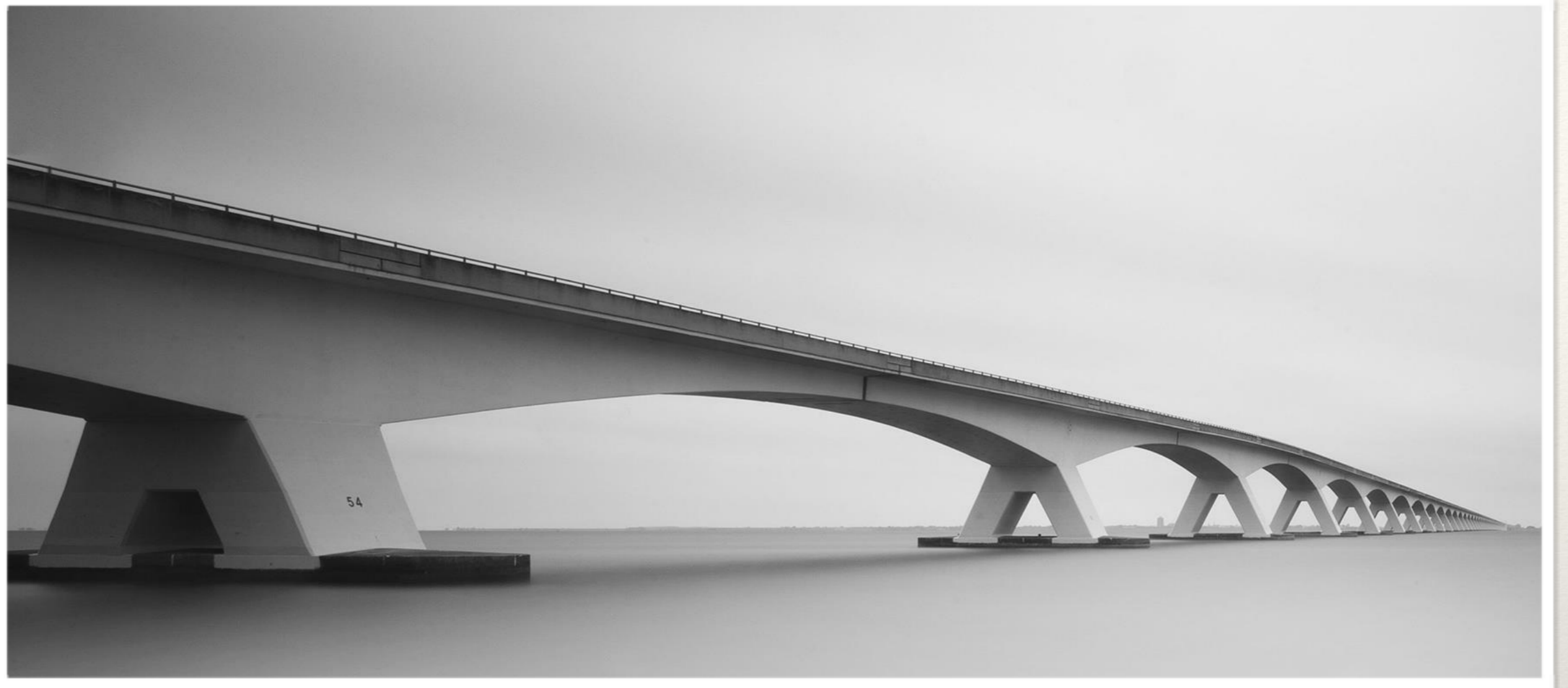
Information Subsidies

(4)

- ❖ *Information Subsidies* berangkat dari prinsip bahwa *information is power* (Zoch & Molleda, 2006, h. 285). Artinya, siapapun yang memiliki akses terhadap informasi dan akses terhadap sumber informasi akan berpeluang opininya dapat memengaruhi organisasi.

PR, Media, dan Konflik:
A Case Study of Local Wisdom
Dynamics In Indonesia
(5)





TEORI PUBLIC RELATIONS PERSPEKTIF BARAT DAN LOKAL

Aplikasi Penelitian dan Praktik

Karya: Rachmat Kriyantono, Ph.D

Komentar Teoritisi dan Praktisi

- ❖ Kehadiran sebuah buku yang membahas teori *Public Relations* sangatlah penting. Hal ini untuk memperkaya tema penelitiannya. Selama ini, kajian komunikasi masih didominasi kajian komunikasi massa, sehingga buku ini diharapkan dapat menutupi “*lack of theory*” di bidang *Public Relations*. Penulis juga menawarkan perspektif lokal dalam kajian *Public Relations*, yang menurut saya adalah hal baru yang patut didukung.” (Dr. Antoni)
- ❖ “Praktisi sangat memerlukan pengetahuan teoritis dan riset dalam aktivitas sehari-harinya. Aktivitas *Public Relations* bukanlah aktivitas yang tidak punya dasar teoritisnya, dan buku ini telah menawarkan perspektif baru tentang aktivitas *Public Relations* yang lebih *theoretical based*.” (Dr. Zulkarnaen Nasution)

Teori-teori Public Relations

- ❖ Publik dan teori *stakeholder*
- ❖ Teori sistem dan fungsi *boundary spanning*
- ❖ Teori *Excellence in Public Relations*: standar kualitas proses *public relations*
- ❖ Teori *Contingency of Accomodation in Public Relations*
- ❖ Teori matematika komunikasi
- ❖ Teori *uncertainty reduction*
- ❖ *Situational theory of the public*

lanjutan...

- ❖ Teori Atribusi dalam krisis
- ❖ Teori Apologia untuk merespon krisis
- ❖ Situational *crisis of communication theory*
- ❖ Teori *spiral of silence* untuk mengukur opini
- ❖ Teori konstruksi sosial dalam krisis
- ❖ Teori *impression management, footing, face, dan politeness*
- ❖ Teori *image restoration*

lanjutan..

- ❖ Teori strukturasi: reproduksi struktur dalam organisasi
- ❖ Teori motivasi dan gaya manajerial
- ❖ Teori *co-orientation*
- ❖ *Public Relations* kritis
- ❖ *Encroachment theory*
- ❖ Teori *relationship management*
- ❖ Strategi narasi mempersuasi publik

lanjutan...

- ❖ Teori disonansi kognitif
- ❖ Teori integtasi informasi dan perubahan sikap
- ❖ *Elaborated likelehood model*
- ❖ *Framing and public relations*
- ❖ Teori *agenda setting-information subsidies*
- ❖ *Uses and gratifications* dan *expectancy value*
- ❖ PR dan kearifan lokal di Indonesia

Kontribusi secara mikro

- ❖ Pemetaan dan arah teori PR menjadi lebih jelas. Karenanya, teori PR makin potensial untuk terus dikembangkan.
- ❖ Tema Penelitian di bidang PR menjadi lebih kaya, terutama bagi permasalahan penelitian yang berangkat dari teori.

Kontribusi secara meso/intermediate

- ❖ Para peneliti, pengamat, serta praktisi PR amat terbantu untuk menemukan masalah PR dalam organisasi secara cepat, substantif. Serta dapat menentukan solusi secara efektif, dengan berlandaskan pada teori yang tepat.

Kontribusi secara makro

- ❖ Membuktikan bahwa kearifan lokal di Indonesia dapat menjadi landasan dan sumber inspirasi untuk mengembangkan teori komunikasi, khususnya teori PR.
- ❖ Masyarakat umum, tidak hanya dari para pembelajar Ilmu Komunikasi (teoritisi, praktisi), semakin mengenal seluk beluk dunia PR.

Referensi:

- ❖ Craig, R.T. (2007). *Theorizing Communication: Reading Across Tradition*. California: Sage Publications.
- ❖ Kriyantono, R. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- ❖ Kriyantono, R. (2012). *Etika & Filsafat Ilmu Komunikasi*. Malang: UB Press.
- ❖ Rogers, E.M. (1994). *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: The Free Press.
- ❖ Zoch, L.M., & Molleda, J.C. (2006). Building a Theoretical Model of Media Relations Using Framing, Information Subsidies, and Agenda Building, dalam Botan, C.H., & Hazleton, V. *Public Relations Theory II*. New York: Routledge.