

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan *Public Relations* (selanjutnya di singkat PR) di Indonesia tertinggal lebih dari 100 tahun dibanding Amerika Serikat sebagai negara asal lahirnya profesi PR. Di Amerika Serikat ilmu dan praktek PR modern telah eksis sejak awal abad 19 karena pemahaman yang tinggi terhadap eksistensi PR.<sup>1</sup> Di Negara asalnya tersebut aktivitas profesi PR diperkenalkan oleh seorang jurnalis senior bernama Ivy Ledbetter Lee pada tahun 1906, ia berhasil menyelesaikan krisis manajemen yang dialami oleh sebuah perusahaan Batubara raksasa di Amerika Serikat dengan menerapkan prinsip dan strategi PR. Atas upayanya itu beliau di angkat sebagai *The Father of Public Relations*.

Di Indonesia tidak ada catatan yang pasti mulai kapan profesi PR berkembang, namun praktek PR dalam pengertian yang paling hakiki sudah ada di nusantara sebelum kedatangan Belanda. Secara kelembagaan profesi PR diakui sejak terbentuknya lembaga PR pertama di Indonesia yaitu Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat (Bakohumas) pada tahun 1971 dan juga lembaga lainnya seperti Perhimpunan Hubungan Masyarakat (Perhumas), Asosiasi Perusahaan *Public Relations* Indonesia (APPRI) dan masih banyak lagi asosiasi independen lainnya yang turut andil dalam mengembangkan profesi PR. Perkembangan PR di Indonesia dilatarbelakangi oleh tiga faktor yaitu: kemajuan teknologi, pertumbuhan ekonomi dan kebutuhan masyarakat terhadap informasi.<sup>2</sup>

Dalam persaingan global peran PR semakin strategis bagi sebuah organisasi maupun institusi, karena dengan membangun citra dan reputasi yang baik akan memberi nilai tambah dalam memenangkan persaingan.

---

<sup>1</sup> Ima hardiman, *Karir Public Relations; The Most Wanted Job!*, (Jakarta: Gagas Ulung Publisher, 2007), hal. xi

<sup>2</sup> *Jurnal Public Relations Indonesia Perhumas; Volume 1 Nomor 2 November 2007*, (Jakarta; 2007), hal. 10-11

Pentingnya peran strategis PR bukan saja dalam membangun citra dan reputasi tetapi juga kontribusinya dalam menjalankan tata kelola organisasi yang baik (*Good Corporate Governance*).<sup>3</sup>

Seiring dengan kemajuan dan perkembangan teknologi yang kian pesat, *tools* dalam kegiatan PR pun turut mengalami perkembangan. Kebutuhan dan tren masyarakat menuntut penanganan khusus dalam strategi PR dan Media. Sehingga praktisi PR masa kini harus menguasai disiplin ilmu non-PR seperti *advertising*, *media*, *marketing* dan *visual communications*. Seorang PR profesional yang progresif idealnya terus meng-*upgrade* diri melalui berbagai pelatihan, bergabung dengan organisasi PR, mengikuti forum PR, aktif memanfaatkan *email* dan *mailing list*, *blog* pribadi dan rajin mengakses situs PR.<sup>4</sup>

Walaupun profesi PR sudah terbilang cukup lama dikenal di Indonesia, namun tingkat pemahaman dan penilaian publik terhadap PR masih terbilang minim dan sering salah kaprah. Menurut Elizabeth Goenawan Ananto dalam “EGA Briefings No. 1” dengan judul “*Public Relations Myth and Reality*”, dijelaskan bahwa secara mitos PR sering dianggap sebagai ‘*public figure*’ yaitu seseorang yang disukai orang lain, mengatur pesta selebritis, publisitas yang glamor, promosi yang panjang, berhubungan dengan dunia komersial dan juga hanya berhubungan dengan publik eksternal. Padahal menurutnya, secara realitas PR berhubungan dengan manajemen isu, manajemen krisis, membangun kepercayaan, membangun hubungan antara organisasi dengan publiknya berdasarkan saling pengertian dan penerimaan. Berhubungan dengan publik internal maupun eksternal. Hal ini difokuskan pada strategi komunikasi yang didasarkan oleh kebenaran, kode etik dan standar penampilan profesional.<sup>5</sup>

Publik kerap salah mengidentifikasikan PR sebagai perempuan cantik, dengan blazer rapi, stocking hitam, sepatu hak tinggi, mondar mandir di *lobby*

---

<sup>3</sup> *Rancangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (RSKNNI)*, (Jakarta: Depkominfo RI, 2007), hal. i

<sup>4</sup> Hardiman, Op. Cit., hal. xii

<sup>5</sup> Elizabeth Gunawan Ananto, *EGA Briefings No.1, Public Relations Myth and Reality*, (Jakarta: Jan-Feb 2001), hal. 2

hotel. Padahal, menjadi seorang PR sungguh tidak mudah, diperlukan kecakapan yang tinggi, wawasan luas, cukup relasi dan sebagainya.<sup>6</sup>

Ternyata PR tidak semata-mata seperti apa yang dibayangkan publik, PR memiliki fungsi dan tanggung jawab berat yang harus dijalankan secara profesional. PR profesional adalah seseorang yang memiliki kemampuan mengelola, mengendalikan atau mempengaruhi persepsi publik dengan baik. Sedangkan untuk menjamin kualitas, keahlian dan kompetensi yang memadai (*standardized competency and skills*), maka praktisi PR perlu memiliki persyaratan minimum dan standar kualitas, baik dari sisi keahlian, kompetensi, maupun pengetahuan tentang PR dan yang terkait dengannya.<sup>7</sup>

Kenyataan dilapangan disebutkan oleh Robert J. Wood & Max Gunther, sering kali pihak manajemen perusahaan tidak mengetahui kompetensi yang dimiliki praktisi PR yang sangat berguna bagi perusahaan. "Saya sudah bertemu dengan banyak *Chief Executive Officer* (selanjutnya disingkat CEO) yang tidak tahu persis apa yang dilakukan oleh staf PR-nya, atau apa yang bisa diperintahkan kepada staf PR mereka. Sering seorang CEO hanya mewarisi staf PR dari CEO sebelumnya dan membiarkan staf yang berpotensi besar ini duduk berpangku tangan belaka, hampir tidak menggunakan atau sedikit sekali atau juga menggunakannya untuk tugas yang tidak semestinya. Juga sering terjadi PR dipekerjakan oleh eksekutif yang tidak tahu apa-apa tentang PR atau bagaimana mengenali seorang PR yang profesional dan berkemampuan tinggi."<sup>8</sup>

Elizabeth Goenawan Ananto, PhD., (EGA), pada tahun 2001 mengadakan penelitian tentang profesi PR memperoleh temuan bahwa 95% responden yang terdiri dari praktisi PR yang ditelitinya menyatakan "*PR is an open Profession*", artinya responden setuju siapa saja boleh masuk profesi ini. Mereka yang merasa memiliki latar belakang PR dan terjun lama diprofesi ini merasa risih dengan pendatang baru yang katanya 'merebut lahan' pekerjaan

---

<sup>6</sup> Majalah Pilar: Inovasi & Inspirasi Bisnis, *Syarat Baru menjadi PR*, No. 21/ Tahun VI/09, (Jakarta: 22 Oktober 2002), hal. 30

<sup>7</sup> Jurnal *Public Relations Indonesia*, *Perluakah Sertifikasi Public Relations*, Vol. 1 No. 1, (Jakarta: Juni 2007), hal. 13

<sup>8</sup> Robert J. Wood, Max Gunther, *Pengakuan Seorang Humas*, (Jakarta: Mitra Utama, 1992), hal. 4-5

mereka, hal tersebut melatarbelakangi Elizabeth melempar gagasan tentang akreditasi profesi sebagai upaya meningkatkan profesionalisme di bidang PR.<sup>9</sup>

Akreditasi profesi PR saat ini boleh dikatakan sedang menjadi perbincangan hangat di kalangan penggiat PR dalam rangka sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas dan kompetensi profesi PR. Seperti upaya yang dilakukan oleh Bakohumas dan Perhumas yang difasilitasi oleh Depkominfo untuk mengakreditasi profesi PR.

Berikut adalah kutipan beberapa ahli yang membahas mengenai realitas PR di Indonesia yang berhasil peneliti temukan.

1. “Ahli komunikasi masih di pandang sebelah mata oleh banyak pihak. Sementara realitas di lapangan banyak sekali permasalahan komunikasi yang tidak tertangani dengan baik. Misalnya masalah koordinasi antara departemen dengan instansi Pemerintah belum tertangani dengan baik. Begitu pula pernyataan-pernyataan dari pejabat publik yang sering simpang siur satu dengan lainnya dan makin membingungkan masyarakat banyak”<sup>10</sup>  
*Effendi Gazali, Pakar Komunikasi UI.*

2. “Praktek PR di Indonesia, seseorang dapat masuk dalam profesi ini tanpa memerlukan persyaratan pendidikan yang baku dan tidak memerlukan ujian kualifikasi dan tidak ada penilaian baku untuk menjamin kompetensi dan praktek etis. Akibatnya bidang ini dipenuhi oleh ahli publikasi yang bekerja sebagai konselor strategis dan cenderung menarik beberapa praktisi yang berpandangan bias yang masih suka memanipulasi opini, ketimbang membangun hubungan sejati dengan publik.”<sup>11</sup>  
*Muslim Basya, Ketua Umum Perhumas 2008-2010*

3. “...kondisi profesi PR saat ini sangat memprihatinkan bagi saya, sepertinya sekarang ini harus segera diperbaiki. Banyak persepsi yang salah tentang profesi PR, banyak orang yang bekerja sebagai PR, seperti artis atau *public figure* misalnya, tanpa *background* pendidikan yang tepat, atau mereka

---

<sup>9</sup> *Kabar Perhumas*, Edisi 1/Juni 2008, (Jakarta, 2008), hal. 1

<sup>10</sup> <http://puslit.mercubuana.ac.id/file/3a-diah.pdf>, diakses pada tanggal 9 September 2008, pukul 14. 59 WIB

yang sekedar lulus 1-3 tahun dari sekolah PR, kemudian langsung jadi PR di sebuah kafé ataupun hotel. Bagi saya, itu bukan suatu hal yang baik untuk bisa lebih memajukan dunia kerja PR itu sendiri. Padahal seorang PR itu, bukan hanya sekedar *Guest Relations* namun memiliki tugas yang berat. Selain membuat *planning*, konsep dan *manage*-nya masih banyak lagi yang harus dilakukan PR...”<sup>12</sup> *Henny Puspitasari, PR Manager di Sheraton Media Hotel*

4. “...Selama ini saya melihat bahwa pemahaman *Public Relations* yang di Indonesia-kan sebagai Hubungan Masyarakat (Humas) secara kurang tepat dan kompetensi yang dibutuhkan seorang PRO masih di bawah profesional. Pelaku *Public Relations* kita yang bersikap reaktif atau bohong dan menutup tutupi (*cover up*) pasti tidak berhasil dengan fungsinya dan menjadi bahan tertawaan publiknya (meskipun tidak secara terbuka)...”

“Secara profesional lima kompetensi dan kredibilitas merupakan tuntutan: Seni berkomunikasi, kemampuan mengorganisir, kemampuan bergaul dengan orang/publik, integritas pribadi, memiliki kualifikasi seorang manusia yang kreatif, mampu memecahkan masalah, dan imajinasi untuk membuat komunikasi dwi arah dengan berbagai publik itu konstruktif dan menyenangkan publik yang kritis analitis...”

“...Menjadi PRO profesional itu bukan dadakan hanya dengan hasil mengikuti kursus pendek 1-2 bulan dengan hanya mengejar ijazah yang dipajang di tembok kantornya. Pengetahuan dasar harus diberi muatan secara kontinu. Seorang PRO harus berani menelan pil yang pahit, tidak enak karena menerima kritik yang sulit dibantah kebenarannya. Ketrampilan dasar menyusun *press release*, menjamu publik, mengadakan pertemuan dengan publik yang dipilih barulah suatu langkah pertama ketrampilan teoretik dan banyak abstraknya. PR menjadi efektif apabila mampu membangun komunikasi dwi-arah baik melalui media maupun langsung dengan mendatangi publik publik yang dimaksud untuk memahami tekad itu. Proses

---

<sup>11</sup> Jurnal *Public Relations Indonesia, Pengembangan Standar Kompetensi Public Relations Indonesia*, Vol. 1 No. 1, (Jakarta: Juni 2007), hal. 18

<sup>12</sup> <http://www.astaga.com/>, diakses pada tanggal 27 April 2008, pukul 19.25 WIB

pembaruan pengetahuan, sikap dan profesionalisme etis harus berkesinambungan tanpa banyak gebyar-gebyar...”<sup>13</sup> *Bob Widyahartono MA, Pengamat Ekonomi dan Dosen di Fakultas Ekonomi Trisakti.*

Maka dapat disimpulkan, dari beberapa kutipan di atas sebagian besar berpendapat bahwa saat ini pemahaman tentang profesi PR masih sangat minim, profesi ini dipenuhi dengan orang yang pada dasarnya tidak memahami *job desk* PR yang sebenarnya, berasal dari latar belakang pendidikan yang tidak sesuai, sehingga tidak sedikit perusahaan yang gagal menyelesaikan permasalahan akibat tidak berjalannya fungsi PR yang sebenarnya.

## **2. Perumusan Masalah**

Berbicara soal kompetensi, berarti berbicara tentang kemampuan atau kepiawaian seseorang dalam menjalankan suatu tugas sesuai dengan latar belakang pendidikan, keterampilan dan pengalaman yang dimiliki. Kompetensi seseorang dalam menjalankan sebuah profesi menjadi syarat mutlak untuk dapat bertahan dan memperoleh promosi untuk meningkatkan karir dalam bidang yang digeluti pada zaman se-kompetitif saat ini. Sayangnya, untuk profesi PR hingga saat ini belum ada standar kompetensi yang menjadi tolak ukur bahwa profesi ini dapat diperhitungkan. Para praktisi PR berlatar belakang pendidikan PR perlu was-was dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Elizabeth G Ananto (seperti yang disebutkan pada halaman 2) bahwa sebanyak 95% responden penelitian berpendapat “*PR is an open profession*”.<sup>14</sup> Artinya lulusan perguruan tinggi jebolan jurusan PR harus berkompetisi dengan berbagai latar belakang pendidikan lain yang *interest* atau secara tidak sengaja masuk kedalam profesi ini.

Belum lagi permasalahan yang terjadi antar asosiasi profesi PR yang masih berjalan sendiri-sendiri dan lebih mengedepankan bendera masing-masing ketimbang bersinergi bersama untuk menetapkan kompetensi profesi PR seperti apa yang seharusnya hadir di negeri ini.<sup>15</sup> Faktanya, banyak praktisi PR yang selama ini telah berpraktik dan merasa sudah menjalankan

---

<sup>13</sup> <http://www.sinarharapan.co.id/berita/0107/18/opi02.html>, diakses pada tanggal 6 juni 2008 pukul 01.03 WIB

<sup>14</sup> *Kabar Perhumas*, Op. Cit., Hal. 1

tugas dan fungsi dengan baik, meski mayoritas berlatar belakang pendidikan *non PR*.<sup>16</sup>

Lulusan D3 atau S1 jurusan lain, dikombinasikan dengan pengalaman kerja selama 1-2 tahun sebagai praktisi PR dan aktif dalam asosiasi PR, dinilai sudah layak dan siap memasuki dunia kerja PR. Kepiawaian menulis (*PR writing*) dan memiliki kemampuan *Public Speaking* adalah dua kekuatan untuk dapat bersaing dalam dunia kerja sebagai seorang PR. Terdapat kesenjangan antara kualifikasi yang dimintasi dunia kerja dengan tenaga kerja yang tersedia. Sangat muluk apabila perusahaan menuntut sarjana komunikasi yang baru lulus memiliki *conceptual skills* dan *practical skills*, idealnya pada masa awal dilakukan *training* bagi karyawan yang bersangkutan.<sup>17</sup>

Sementara, hasil temuan Robert J. Wood & Max Gunther (seperti disebutkan pada halaman 3) bahwa sering kali pihak manajemen perusahaan tidak mengetahui kompetensi praktisi PR perusahaan. Mereka hanya mewarisi staf PR dari pimpinan yang menjabat sebelumnya dan membiarkan PR yang berpotensi hanya diam atau sedikit sekali atau menggunakannya untuk tugas yang tidak semestinya.<sup>18</sup>

Berbagai realitas, reaksi dan upaya publik baik yang berkecimpung di dunia PR, terkait dengan PR maupun publik umum terhadap kompetensi praktisi PR menjadi ketertarikan tersendiri bagi peneliti untuk mendapatkan gambaran secara umum mengenai permasalahan kompetensi profesi PR di Indonesia. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana sikap pihak manajemen departemen PR perusahaan (dalam hal ini pihak manajemen yang dimaksud adalah pimpinan atau wakil pimpinan dari departemen PR perusahaan) terhadap kompetensi para staf PR secara keseluruhan di perusahaan tersebut. Peneliti ingin mengetahui tidak hanya sebatas bahwa pihak manajemen tahu atau tidak, namun hingga tahap membuktikan para staf PR perusahaan kompeten dalam menjalankan tugasnya.

---

<sup>15</sup> Majalah B&B, *Sertifikasi PR, Sekarang atau Nanti?*, (Jakarta: PT. Media Indra Buana, Edisi Desember 2007), hal. 34-35

<sup>16</sup> Majalah B&B, *Ibid.*, hal. 34

<sup>17</sup> Hardiman, *Op. Cit.*, hal. 2

<sup>18</sup> Wood & Gunther, *Op. Cit.*, hal. 4-5

### **3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan permasalahan, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana sikap pihak manajemen departemen PR terhadap kompetensi praktisi PR perusahaan.

### **4. Manfaat Penelitian**

#### **4.1. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan data empiris bagi perkembangan kajian PR terutama terkait dengan kompetensi profesi PR di Indonesia.

#### **4.2. Manfaat Praktis**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Menanamkan arti penting kompetensi PR sehingga dapat sejajar dengan profesi dokter, pengacara, guru, ahli ekonomi dan lainnya. Kemampuan dan pemahaman terhadap *Job Desk* PR dapat dimiliki oleh praktisi PR, sehingga tidak ada lagi penyimpangan terhadap pemahaman profesi PR
2. Memacu semangat para generasi calon PR berikutnya untuk lebih serius mengembangkan kemampuan diri sebagai calon PR handal sehingga dapat memenangkan persaingan dan sukses dalam karir
3. Sebagai bahan rujukan bagi manajemen perusahaan tentang kompetensi ideal yang seharusnya dimiliki oleh seorang praktisi PR