



Komunikasi Interpersonal Petugas Public Relation dalam Membangun Hubungan dengan Media

Darmadi¹

Abstrac: The duties and functions of public relations officers will run well if they are carried out responsibly. Since this duties concerns with other people, so it requires a good understanding of communication. It is especially true in building relationships between public relations officers and media workers. It takes special skills to be able to understand the duties and functions of each. Therefore, interpersonal communication will provide opportunities for all parties to understand each other so that they can carry out their responsibilities. The personal closeness between public relations officers and media workers will determine the quality of communication between them which will affect the results. In this regard, the success of the duties of a public relations officer will be determined by their ability to build interpersonal communication with various groups.

A. Pendahuluan

Salah satu bentuk komunikasi dalam penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain adalah komunikasi interpersonal. Secara sederhana komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian pesan yang terjadi antara satu orang atau lebih dengan tujuan agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dimengerti dan dilaksanakan oleh komunikan sebagai bentuk dari feedback dalam proses komunikasi. Komunikasi interpersonal ini dapat digunakan dalam berbagai hal terutama yang berkaitan dengan tugas dan fungsi manusia menjalankan proses komunikasi dengan berbagai tujuan.

Jika ini tidak dapat dilaksanakan dengan baik, maka tugas dan fungsi petugas Public Relation belum dapat berjalan dengan maksimal. Akibatnya hubungan dengan media massa baik dengan wartawan ataupun manajemen redaksinya tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan. Dampak lain yang bisa ditimbulkan adalah tidak terjalinnya

¹ Dosen Fakultas Usuhuluddin Adab dan Dakwah IAIN Lhokseumawe.



hubungan yang baik antara lembaga tempat dimana petugas public relation itu bekerja dengan berbagai media massa. Lebih parah lagi hal ini akan membawa dampak yang tidak baik yang dimunculkan oleh media massa terhadap pribadi dan lembaga petugas public relation tersebut.

Tulisan ini akan melihat bagaimana peran dan fungsi komunikasi interpersonal petugas public relation dalam membangun hubungan dengan media massa baik hubungan pribadi dengan para wartawannya atau manajemen redaksinya. Kedua aspek ini menjadi hal yang penting ketika petugas public relation menjalankan tugas dan fungsinya dalam membangun komunikasi dan hubungan dengan media massa untuk menjaga citra positif diri dan lembaganya.

B. Defenisi Komunikasi Interpersonal

Sebelum kita membahas tentang pola hubungan antara pejabat atau petugas public relation dalam membangun hubungan dengan media massa, ada baiknya kita melihat terlebih dahulu beberapa konsep konsep dasar tentang komunikasi interpersonal dalam perspektif para ahli komunikasi.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang, seperti dua sejawat atau dua rekan kerja, dua sahabat, atasan-bawahan, dll. Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antar dua orang dalam situasi tatap muka²

Sedangkan menurut Devito, Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang hanya melibatkan hanya dua orang, seperti suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya.³

² Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), h. 32

³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2006.



Dengan melihat defenisi ini, maka proses dari komunikasi interpersonal adalah serangkaian penyampaian pesan pesan dari seorang komunikator kepada komunikan yang berlangsung secara tatap muka dan ingin mendapatkan respon dari penerima pesan. Dalam konteks public relation , maka hubungan kerja antara petugas public relation dengan berbagai elemen yang berhubungan dengannya merupakan hal hal yang terkait dengan proses komunikasi yang diinginkan dan mendapatkan perubahan sikap sebagai bagian dari tujuan berkomunikasi.

Lebih lanjut dijelaskan bahwa komunikasi interpersonal mencakup persuasi. Komunikasi interpersonal berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat saling memberi inspirasi, semangat, dan dorongan untuk mengubah pemikiran, perasaan, dan sikap yang sesuai dengan topik yang sedang dibahas bersama.⁴

Dalam hal ini, hal yang paling penting untuk dipahami adalah bahwa untuk saling mengubah dan mengembangkan, maka seseorang perlu memperhatikan hal hal yang berkaitan dengan tujuan berkomunikasi. Ketika seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain, maka pada akhirnya ia menginginkan adanya efek dari proses itu. Dalam komunikasi interpersonal dan kaitannya dengan kerja kerja public relation, maka proses ini akan melihat bagaimana penerapannya ketika berhubungan antara seorang petugas public relation dengan berbagai elemen masyarakat dan bermacam tujuannya yang ingin dicapai.

Komunikasi interpersonal dapat dipergunakan untuk berbagai macam tujuan. Devito menyatakan bahwa semua orang yang terlibat di dalam komunikasi interpersonal memiliki tujuan yang bermacam-macam, seperti: untuk mengenal diri sendiri dan orang lain, untuk mengetahui dunia luar, untuk menciptakan dan memelihara hubungan, untuk mempengaruhi sikap dan perilaku, untuk bermain dan mencari hiburan, dan untuk membantu.

Komunikasi interpersonal menjadi sarana untuk membicarakan diri kita sendiri, sehingga melalui komunikasi interpersonal kita belajar tentang bagaimana dan sejauh mana kita harus membuka

⁴ Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h.8



diri pada orang lain, juga dapat membuat kita mengetahui nilai, sikap, dan perilaku orang lain, sehingga kita dapat memberi tanggapan secara tepat terhadap tindakan orang lain. Dalam hidup seseorang perlu untuk bersosialisasi dan menciptakan serta memelihara hubungan dekat dengan orang lain, oleh karena itu, kita banyak menggunakan waktu untuk berkomunikasi antar pribadi yang bertujuan untuk memelihara hubungan sosial dengan orang lain.

Begitu juga untuk bisa mengubah sikap dan perilaku orang lain dengan upaya-upaya yang bersifat persuasif, maka digunakan juga komunikasi interpersonal ini untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Pentingnya situasi komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung dialogis. Komunikasi yang berlangsung secara dialogis lebih baik daripada secara monologis. Dialog adalah bentuk komunikasi interpersonal yang menunjukkan terjadinya interaksi.⁵

Untuk dapat mencapai tujuan dari komunikasi yang dilakukan, diperlukan komunikasi yang baik agar komunikasi dapat berjalan efektif. Menurut Devito karakteristik efektivitas komunikasi interpersonal ini dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yakni:

1. Sudut pandang humanistik

Sudut pandang ini menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung dan kualitas-kualitas lain yang menciptakan interaksi yang bermakna, jujur dan memuaskan. Pandangan ini dimulai dengan pandangan umum yang menurut para filsuf dan humanis menentukan terciptanya hubungan antar manusia yang superior (misalnya kejujuran, keterbukaan, dan sikap positif).

2. Sudut pandang pragmatis

Sudut pandang ini menekankan pada manajemen dan kesegaran interaksi, secara umum kualitas-kualitas yang menentukan pencapaian tujuan yang spesifik. Pandangan ini berawal dari keterampilan spesifik, yang dari riset diketahui efektif dalam komunikasi interpersonal, kemudian mengelompokkan keterampilan-keterampilan ini ke dalam

⁵ Efendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), h.60.



kelas-kelas perilaku umum. (misalnya: kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, pemantauan diri, daya ekspresi, orientasi kepada orang lain). Sudut pandang pergaulan sosial dan sudut pandang kesetaraan. Sudut pandang ini didasarkan pada model ekonomi imbalan dan biaya. Sudut pandang ini mengasumsikan bahwa suatu hubungan merupakan suatu kemitraan dimana imbalan dan biaya saling dipertukarkan.⁶

Dengan melihat konsep teoritis di atas, dapat dipahami bahwa komunikasi interpersonal menjadi suatu elemen yang penting dalam ranah ilmu komunikasi. Dalam berbagai konteks, maka pelaksanaan komunikasi interpersonal menginginkan adanya perubahan dan pengembangan sikap kepada orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi itu. Dalam hal ini, kehadiran dan fungsi pejabat public relation kerap kali menjadi penting karena ia akan bertindak atas nama pribadi atau lembaganya ketika menjalankan tugas.

C. Hubungan PR dengan media massa

Salah satu kegiatan public relations yang penting adalah menyelenggarakan hubungan dengan media massa, karena media massa merupakan media yang memainkan peranan penting dalam penyebaran informasi/berita kepada masyarakat, juga kepada pemerintah dan dalam pembentukan opini publik.

Hubungan public relations dengan media massa memiliki 5 sasaran, yaitu :

1. Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga / organisasi yang dianggap baik untuk diketahui oleh publik.
2. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan Pers (liputan, laporan, ulasan, atau tajuk) yang obyektif, wajar, dan seimbang mengenai hal-hal yang menguntungkan lembaga / organisasi.
3. Untuk memperoleh umpan balik mengenai upaya dan kegiatan lembaga / organisasi.

⁶ Devito, *op. cit.*, h. 285-296



4. Melengkapi data/informasi bagi pimpinan lembaga untuk keperluan pembuatan penilaian secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan lembaga.

5. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan saling menghormati.⁷

Untuk lebih jelasnya, penulis mencoba menguraikan sasaran sasaran tersebut. Sasaran pertama untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga/organisasi yang dianggap baik untuk diketahui. Hal ini harus dilakukan oleh seorang petugas public relation karena publikasi kegiatan lembaga menjadi salah satu tolok ukur dari berfungsinya public relation atau tidak di sebuah lembaga atau organisasi. Dalam komunikasi massa semua kegiatan yang dipublikasikan adalah hal hal yang layak dan perlu diketahui oleh orang ramai. Bentuknya bisa macam macam seperti berita, iklan, spanduk, baleho, *banner*, dan berbagai alat peraga publikasi lainnya yang dapat disiapkan oleh seorang petugas public relation dalam menjalankan tugasnya. Untuk dapat melaksanakan fungsi ini, diperlukan kemampuan interpersonal dari pejabat yang ditunjuk oleh sebuah lembaga atau organisasi untuk dapat melaksanakan tugas melakukan publikasi mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh lembaga/organisasi.

Sasaran kedua, untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan Pers (liputan, laporan, ulasan, atau tajuk) yang obyektif, wajar, dan seimbang mengenai hal-hal yang menguntungkan lembaga/organisasi. Ini menjadi sasaran yang penting diperhatikan oleh petugas *public relation* karena kegiatan kegiatan yang dilaksanakan dalam sebuah lembaga/organisasi tidak akan diketahui oleh orang banyak kalau tidak dilakukan publikasi melalui media.

Untuk itu, petugas public relation haruslah mempunyai kemampuan melaksanakan hubungan dengan berbagai kalangan media massa untuk mendapatkan pemberitaan Pers baik berupa peliputan, laporan, ulasan atau tajuk yang objektif, wajar dan seimbang mengenai hal hal yang menguntungkan lembaga. Dalam menjalankan fungsi ini kemampuan interpersonal dari seorang petugas public relation dalam membina dan

⁷ Wicaksono Nuradi, "Memasyarakat citra Lembaga", dalam "Bunga rampai pengetahuan kehumasan, diterbitkan Dit. Public relations Deppen RI / Bakohumas Pusat



membangun hubungan dengan para pekerja pers sangat dibutuhkan. Ia harus memiliki kedekatan secara pribadi dengan para wartawan sehingga kegiatan kegiatan yang dilaksanakan di lembaga atau organisasinya mendapat peliputan oleh media.

Jika ini tidak dilakukan oleh petugas public relation, maka kegiatan kegiatan yang dilakukan dalam lembaga atau organisasi tidak akan diliput oleh para pekerja media sehingga banyak kegiatan kegiatan yang tidak terpublikasi.

Dalam kenyataan kita banyak menemukan kenyataan ada kegiatan kegiatan yang dilaksanakan oleh sebuah lembaga/organisasi yang tidak diliput oleh kalangan media massa. Hal ini perlu dipelajari oleh petugas public relation yang bertugas dalam sebuah organisasi atau lembaga. Kedekatan interpersonal seorang wartawan yang mewakili media tertentu akan sangat memberi keuntungan baik mempublikasikan kegiatan kegiatan di lembaga atau dalam konteks yang lebih besar lagi yaitu menjaga dan melahirkan *image* positif lembaga/organisasi dalam pandangan public.

Sasaran ketiga untuk memperoleh umpan balik mengenai upaya dan kegiatan lembaga / organisasi. Hal ini menjadi tugas seorang petugas public relation dalam mengevaluasi kegiatan kegiatan yang telah dilakukan lembaga atau organisasinya apakah diterima secara positif oleh masyarakat atau sebaliknya. Petugas public relation harus pro aktif turun ke lapangan untuk menyerap dan mendengarkan berbagai tanggapan yang muncul dari masyarakat terhadap lembaga atau organisasinya. Untuk itu, informasi dari para wartawan yang bekerja di berbagai media massa bisa menjadi pertimbangan petugas public relation dalam menjalankan sasaran memperoleh umpan balik. Karenanya pendekatan dengan media massa harus dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang berimbang yang berkaitan dengan *feedback* masyarakat luas mengenai lembaga atau organisasinya.

Sasaran keempat, melengkapi data/informasi bagi pimpinan lembaga untuk keperluan pembuatan penilaian secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan lembaga. Dilihat dari fungsinya ini menjadi tugas petugas public relation dalam konteks koordinasi internal lembaga atau organisasinya. Petugas public relation harus dalam menjelaskan berbagai informasi yang berasal dari dalam atau yang berkembang di luar bagi para pimpinan



lembaga/organisasi secara tepat. Hal ini penting, agar dalam pengambilan berbagai keputusan oleh pimpinan lembaga akan tepat dan bisa menyelesaikan permasalahan permasalahan yang dihadapi. Untuk itu informasi dari petugas public relation sangat dibutuhkan. Untuk bisa mendapatkan data tentang berbagai informasi ini, kemampuan interpersonal dari seorang petugas public relation akan sangat menentukan.

Karena ia tidak bisa melaksanakan tugas ini secara sendiri, akan tetapi harus dapat bekerjasama dengan berbagai kalangan baik internal maupun eksternal. Jika ini tidak dimiliki, maka sasaran ini akan sulit tercapai, sebab untuk memperoleh data data internal petugas public relation harus bekerja sama dengan berbagai kalangan yang bekerja di dalam lembaga/organisasi. Berapa banyak kita mendengar kesimpulan kesimpulan yang di ambil oleh pimpinan lembaga yang tidak tepat karena masukan data yang diterima tidak begitu maksimal.

Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi petugas public relation untuk melakukan pendekatan-pendekatan dengan berbagai kalangan di tingkat internal untuk mendapatkan data data yang diperlukan. Sedangkan untuk eksternal, petugas public relation harus memiliki kemampuan interpersonal melakukan pendekatan dengan berbagai kalangan untuk menyelesaikan masalah masalah yang dihadapi oleh lembaga/organisasinya. Hal ini dapat diterima dari media massa, tokoh tokoh masyarakat dan orang orang yang sering berhubungan langsung dengan lembaga/organisasinya.

Terakhir, mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan saling menghormati. Hubungan yang dimaksud adalah yang berkaitan dengan hal hal untuk membangun silaturahmi dengan berbagai kalangan sehingga akan melahirkan sikap saling percaya dan saling menghormati dalam segala kepentingan. Untuk melahirkan iklim lembaga/organisasi yang baik, maka kemampuan berkomunikasi secara pribadi para petugas public relation sangat diperlukan. Sebab jika petugas public relation tidak bisa menjalankan fungsi ini dengan baik, maka untuk menumbuhkan saling percaya dan menghormati juga akan sulit. Jika hal ini terjadi, maka target yang ingin dicapai dengan peningkatan kemampuan berkomunikasi interpersonal untuk dapat membangun empati dan simpati dari berbagai pihak akan sulit untuk dicapai.



Dengan melihat sasaran sasaran yang harus dicapai dalam kegiatan public relation, maka seorang petugas public relation diharapkan dapat meningkatkan kemampuan komunikasi secara personal sebab ia akan menjadi bagian yang penting bagi diri dan lembaganya. Dalam kaitannya dengan tugas ketika membangun hubungan dengan media massa, maka kemampuan petugas public relation akan terus diuji. Ia akan dilihat kemampuannya ketika membangun hubungan dengan wartawan ketika ada kegiatan kegiatan dilembaganya. Seberapa banyak wartawan yang mewakili berbagai media massa bisa dikomunikasikan oleh petugas public relation untuk dapat menghadiri dan melakukan peliputan kegiatan kegiatan yang dilaksanakan. Target akhir dari fungsi ini adalah dimuatnya berita berita yang berkaitan dengan kegiatan kegiatan di lembaga tersebut di berbagai media massa. Hal ini tentu menjadi beban tersendiri bagi petugas pejabat public relation jika ia tidak memiliki kemampuan berkomunikasi secara personal yang mumpuni, jika tidak maka para wartawan yang seharusnya datang dan mau melakukan peliputan berbagai kegiatan di sebuah lembaga akan mengurungkan niatnya untuk hadir dan melakukan peliputan.

Peran Komunikasi Interpersonal Petugas Public Relation dalam membangun Hubungan dengan Media

Dedy Mulyana mendefenisikan bahwa komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara orang orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap setiap reaksi secara langsung baik verbal maupun non verbal. Selain itu kualitas atau intimiditas komunikasi interpersonal atau antar pribadi ditentukan oleh peserta komunikasi⁸

Proses komunikasi ini berjalan sesuai dengan situasi dan kondisi dari peserta. Dalam komunikasi interpersonal ini melibatkan dua orang dalam jarak yang dekat (*dyadic communication*). Komunikasi interpersonal sangat erat kaitannya dengan relasi yang terjalin antara komunikan dan komunikator. Komunikasi mereka saling terlibat dalam satu hubungan yang saling menguntungkan dan saling ketergantungan serta menimbulkan kepuasan hati pada kedua belah pihak. (Suranto; 2011, 27)

⁸ Dedy Mulyana , 2010 : Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar , Bandung Indonesia PT Remaja Rosdakarya, 81.



Komunikasi interpersonal ini menjadi penting karena pertemuan pertama kali karena bersifat dialogis.⁹

Dengan melihat sasaran yang harus dilakukan oleh kegiatan public Relation di atas, kita dapat melihat betapa tugas seorang public relation membutuhkan keahlian khusus dalam membangun komunikasi. Hal ini dimaksudkan tidak hanya untuk kepentingan personalnya semata-mata, akan tetapi juga tuntutan sebagai perwakilan dari lembaganya dalam menjalankan berbagai aktivitas. Untuk itu, sebagai seorang petugas public relation diharapkan dapat memahami tugas dan kedudukannya dalam menjaga citra lembaganya dan membangun komunikasi dengan berbagai kalangan. Untuk itu, pemahaman akan komunikasi interpersonal sangat dibutuhkan agar seseorang dapat menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik.

Devito (2011) mengatakan bahwa efektifitas komunikasi interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*Positiveness*), dan kesetaraan (*equality*).¹⁰ Kelima hal ini menjadi catatan yang penting untuk diketahui bagi seorang petugas public relation ketika melaksanakan tugas dan fungsinya membangun hubungan dengan media massa.

a. Keterbukaan (*Openess*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidak berarti bahwa orang harus dengan segera membuka semua riwayat hidupnya. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri dan mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut.

Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain. Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran. Terbuka dalam hal ini adalah mengakui bahwa perasaan dan

⁹ Kurniawati, Rd .Nia Kania, Komunikasi antar pribadi : Konsep dan Teori Dasar ,
Jogjakarta PT Graha Ilmu, 2014 : 6.

¹⁰ Devito, Josep, A.2011, Komunikasi Antar Manusia. Pamulang Tangerang Selatan,
Karisma Publising Group



pikiran yang anda lontarkan adalah milik anda dan anda bertanggung jawab atasnya.

Keterbukaan terlihat dari paling sedikit ada dua aspek, yakni aspek keinginan untuk terbuka bagi setiap orang yang berinteraksi dengan orang lain, dimana masing-masing tidak tertutup di dalam menerima informasi dan berkeinginan untuk menyampaikan informasi dari dirinya bahkan juga informasi mengenai dirinya kalau dipandang relevan dalam rangka pembicaraan antarpribadi dengan lawan bicaranya. Aspek lainnya ialah keinginan untuk menanggapi secara jujur semua stimuli yang datang kepadanya .

Keterbukaan menunjukkan reaksi secara terbuka terhadap apa yang dikatakan oleh masing-masing. Tidak menunjukkan ketidakpedulian (*indifference*), dan menunjukkan penghargaan terhadap perbedaan pendapat. Komunikasi antarpribadi dikatakan efektif jika terdapat keterbukaan dalam berkomunikasi.

Dalam konteks membangun hubungan dengan media massa, maka keterbukaan yang dimaksudkan disini adalah bagaimana seorang petugas public relation memiliki sikap terbuka dalam membangun hubungan dengan berbagai kalangan terutama para penggiat media baik para wartawan di lapangan maupun para pemimpin redaksi dari media tersebut. Sebagai seorang komunikator, maka petugas public relation adalah sumber informasi bagi kalangan media massa, dan para wartawan tentu sangat mengharapkan petugas public relation dapat membuka diri untuk membagi berbagai informasi kepada media massa.

Oleh sebab itu, perlu pemahaman yang baik bagi petugas public relation bahwa dia sedang bertindak untuk mewakili lembaga atau kantor tempat dia bekerja. Dia tidak bisa menutup diri apalagi menutup informasi tentang lembaganya untuk diketahui oleh khalayak melalui media massa. Karenanya petugas public relation harus memiliki hubungan kedekatan secara personal dengan para wartawan dengan membuka akses melalui berbagai jalur komunikasi baik telepon, whataps, email, instagram, dan berbagai media sosial lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh para pegiat media untuk dapat berkomunikasi dengannya.

Sikap keterbukaan lain juga dapat dipahami bahwa petugas public relation juga membuka akses untuk komunikasi dengan teman teman media untuk setiap waktu. Petugas public relation harus memahami bahwa tugas tugas wartawan tidak kenal waktu istirahat. Karenanya jika



ada hal hal yang perlu dikomunikasikan oleh mereka meski sudah diluar jam kerja, maka seorang petugas public relation harus dapat melayaninya dengan baik. Disinilah diperlukan kemampuan interpersonal dari seseorang yang menjadi petugas public relation karena tidak semuanya dapat memahami persoalan keterbukaan dalam komunikasi interpersonal yang akan sangat membantu seseorang dalam menjalankan tugas dan fungsinya termasuk sebagai petugas public relation.

b. Empati (*Empathy*)

Henry Backrack mendefinisikan empati sebagai “kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.” Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.

Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun nonverbal. Secara nonverbal, kita dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan (1) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai; (2) konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kekuatan fisik; serta (3) sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

Empati adalah merasakan sebagaimana yang dirasakan oleh orang lain, perasaan bersama perasaan orang lain, mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain. Dengan empati seseorang akan memahami posisinya, darimana mereka berasal, di mana mereka sekarang dan ke mana mereka akan pergi. Empati tidak menempatkan penilaian pada perilaku atau sikap orang lain sebagai perilaku atau sikap yang salah atau benar.

Dalam hal membangun hubungan dengan media, maka tugas public relation juga banyak berkaitan dengan hal hal yang berkaitan dengan “hati”. Petugas public relation diharapkan memiliki rasa empati kepada para penggiat media massa dalam situasi dan batas tertentu. Empati yang dimaksud disini adalah merasakan hal hal yang dirasakan oleh teman teman media dalam menjalankan tugasnya sebagai seorang jurnalis. Misalnya tempat peliputan berita yang jauh sehingga petugas public relation harus menyediakan sarana transportasi. Kebutuhan akan sarana komunikasi juga perlu diperhatikan sehingga para wartawan dapat



mengirimkan berita atau data data tentang kegiatan suatu lembaga dengan cepat sesuai dengan prinsip *actual* dan *up to date*.

Rasa empati yang diberikan oleh petugas public relation secara interpersonal kepada para wartawan yang bekerja melakukan peliputan untuk suatu lembaga, akan menjadikan umpan balik dari para wartawan dalam melakukan peliputan dan publikasi terhadap kegiatan kegiatan yang ada dilembaga tersebut. Sehingga tujuan akhir dari publikasi kegiatan kegiatan tersebut dapat terlaksana dengan baik. Rasa empati juga dapat mencairkan suasana suasana yang mungkin pernah terjadinya konflik antara petugas public relation dengan para pegiat media sehingga dapat merubah konflik menjadi hubungan mesra.

Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung.

Dukungan adakalanya terucapkan dan adakalanya tidak terucapkan. Dukungan yang tidak terucapkan bisa berupa komunikasi non verbal seperti gerakan-gerakan anggukan kepala, kerdipan mata, senyum, atau tepukan tangan. Dukungan menunjukkan adanya keterbukaan dan empati dimana komunikator merasa bahwa pendapatnya tidak akan mendapat kritikan, atau diserang, sehingga membuatnya segan untuk berpendapat atau menunjukkan perilaku tertentu.

Dalam kaitan dengan membangun hubungan antara petugas public relation dengan wartawan, maka sikap mendukung ini sangat diperlukan dari kedua pihak. Jika komunikasi interpersonal membutuhkan efek, maka kedua belah pihak yang terlibat dalam konteks hubungan dengan media massa ini harus memiliki *Supportiveness* yang sama. Tindakan saling mendukung antara wartawan dengan petugas public relation adalah yang sangat dibutuhkan sebab keduanya memang saling membutuhkan. Para wartawan membutuhkan informasi untuk dijadikan berita berita yang akan dipublikasikan di medianya, sementara bagi petugas public relation, ia akan terbantu karena tugasnya membangun hubungan dengan media dan mempublikasikan kegiatan kegiatan di lembaganya telah terlaksana.

c. Sikap Positif (*Positiveness*)



Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri.

Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi interaksi.

Iklim organisasi yang sehat akan menjamin efektifitas organisasi. Iklim yang sehat mendorong semangat dukungan dan kerjasama di seluruh organisasi, dan hal ini kondusif untuk memotivasi anggota organisasi untuk bekerja dengan sukarela

Sikap positif memiliki tiga aspek atau unsur, yaitu:

1. Adanya perhatian yang positif terhadap diri seseorang.
2. Perasaan positif terhadap orang lain itu dikomunikasikan.
3. Adanya perasaan positif dalam situasi komunikasi umum, yang bermanfaat untuk mengefektifkan kerja sama dalam organisasi.

Bagi petugas public relation, sikap positif ini adalah sesuatu yang diperlukan dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Dalam prakteknya petugas public relation harus memiliki sikap positif terhadap dirinya sendiri. Hal ini penting sebab komunikasi interpersonal akan melahirkan pemikiran-pemikiran yang baik untuk semua orang. Kemampuan untuk memahami dirinya sendiri dengan sikap positif akan menjadi satu kekuatan bagi pejabat public relation dalam menjalankan tugas terutama membangun kepercayaan dan hubungan dengan orang lain.

Bagi para penggiat media, maka kehadiran pejabat tertinggi di suatu lembaga atau organisasi untuk menyampaikan informasi-informasi yang berkenaan dengan lembaganya akan menjadi nilai tersendiri. Berita yang ia tulis akan menjadi berita yang seimbang kalau ia bisa mendapatkan konfirmasi langsung dari sumber yang pertama. Dalam hal ini, petugas public relation harus dapat menyampaikan sikap positif dari para pimpinannya kepada awak media agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami hal-hal tertentu.



Dia harus menjelaskan posisi dan keberadaan pimpinannya kepada para jurnalis agar tidak ada hal hal yang dianggap disembunyikan oleh teman teman media. Dampak lain yang bisa ditimbulkan adalah akan lahirnya sikap positif dari para jurnalis terhadap petugas public relation di suatu lembaga dan ini akan mengangkat harkat dan citra lembaga tersebut di mata khalayak. Jika para pimpinan tertinggi dari lembaga atau organisasi sedang tidak dapat menemui para jurnalis karena sedang menjalankan tugas tugas kedinasan di luar, maka sikap positif harus dimiliki oleh para jurnalis agar dapat memahaminya dan tidak mencurigai para petugas public relation telah melakukan pembohongan publik yang berdasarkan kecurigaan yang berlebihan.

Bagi para petugas public relation, adanya sikap positif ini juga akan berguna ketika dia melakukan berbagai aktifitas komunikasi dengan para jurnalis. Ia juga akan positif menerima berbagai masukan bahkan kritik dari kalangan jurnalis mengenai berbagai perkembangan di luar tentang lembaganya. Untuk urusan internal, maka kehadiran sikap positif dari petugas public relation akan semakin membuka kesempatan bagi dalam menerima dan mendengarkan berbagai keluhan dari internal lembaga atau organisasi sehingga ia dapat menyaring informasi informasi tersebut sebelum diserahkan kepada pimpinannya.

d. Kesetaraan (*Equality*)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar ada dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain.

Kesetaraan merujuk pada kesetaraan pribadi, dimana para pihak yang berkomunikasi dihargai dan dihormati sebagai manusia yang mempunyai sesuatu yang penting untuk dikontribusikan kepada sesamanya. Kesetaraan memungkinkan terjadinya peluang yang sama bagi para pihak untuk berbicara dan mendengarkan tanpa didominasi oleh salah satu pihak.



Setiap orang akan saling membutuhkan apalagi untuk penyampaian informasi kepada khalayak. Informasi tentu saja tidak akan datang dengan sendirinya melainkan harus dicari, di olah, dipelajari agar bisa disampaikan kepada khalayak dengan berbagai tujuan. Untuk itu diperlukan adanya kerjasama dengan berbagai pihak agar aliran aliran informasi bisa diperoleh dengan tepat dan sesuai sasaran. Dalam konteks komunikasi interpersonal, maka diperlukan kesepahaman akan kesetaraan antara sesama manusia dalam berbagai hal termasuk dalam komunikasi.

Hal ini harus dipahami bahwa manusia memiliki kedudukan yang sama dihadapan Allah. Karenanya dalam menjalankan tugas dan fungsi dibutuhkan adanya rasa kebersamaan dan kesetaraan sehingga akan melahirkan sikap saling menghormati. Dalam menjalankan fungsi sebagai petugas public relation, maka kedudukan antara petugas public relation dengan mitra kerja dalam hal ini para jurnalis adalah setara. Karena sikap setara inilah, maka keduanya harus saling menghormati dalam menjalankan tugas dan fungsi masing masing.

Petugas public relation harus menghormati dengan azas kesetaraan bahwa para jurnalis dalam melaksanakan tugas dan fungsinya melaksanakan peliputan dan penulisan berita adalah tugas tugas mulia. Untuk itu ia harus menghormati para jurnalis dalam melaksanakan peliputan berita dan membantu para jurnalis memberikan data data yang diperlukan. Sementara bagi para jurnalis secara interpersonal dia juga harus memahami tugas dan fungsi seorang petugas public relation sehingga ia dapat memahami berbagai kesibukan yang dialaminya.

Jika sikap saling menghormati dengan azas kesetaraan ini tidak dapat dilaksanakan dengan baik, maka yang akan terjadi adalah sikap merendahkan antara para jurnalis dengan petugas public relation. Para wartawan akan menganggap dirinya lebih mulia dan lebih penting dibandingkan dengan petugas public relation sehingga ia akan bersikap sombong. Sebaliknya, para petugs public relation akan merasa dirinya sebagai seorang pejabat dan bisa bertindak sesuka hati kepada para jurnalis. Akibatnya keduanya tidak saling menghormati karena tidak saling memahami sikap *equality* dalam konteks komunikasi interpersonal yang sangat dibutuhkan dalam membangun hubungan komunikasi.

Kesimpulan



Dalam konteks public relation , salah satu yang menjadi fungsi petugas public relation adalah membangun hubungan dengan media massa. Pelaksanaan hubungan tersebut juga tidak terlepas dari peran dari petugas yang menangani fungsi humas dalam membangun hubungan dengan media massa baik secara personal dengan para wartawannya, atau secara kelembagaan dengan organisasi medianya. Karenanya petugas public relation dituntut untuk meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal. Sebab ia selalu berhubungan dengan berbagai kalangan. Dengan melaksanakan fungsi ini, telah terjadi hubungan yang baik di antara keduanya sehingga petugas public relation dapat menjalankan peran dan fungsinya dalam membangun komunikasi dengan media yang menjadi salah keberhasilan bagi petugas Public Relation itu sendiri.

Daftar Pustaka

Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007

Devito, Josep, A.2011, Komunikasi Antar Manusia. Pamulang Tangerang Selatan, Karisma Publisng Group

Effendi, Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002

Efeendi, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000

Kurniawati, Rd .Nia Kania, Komunikasi antar pribadi : Konsep dan Teori Dasar , Jogjakarta PT Graha Ilmu, 2014

Wicaksono Nuradi, “Memasyarakat citra Lembaga”, dalam “Bunga rampai pengetahuan kehumasan, diterbitkan Dit. Public relations Deppen RI / Bakohumas Pusat