

SEJARAH PUBLIC RELATIONS



DISUSUN OLEH :

NAMA : NISA AMALIZA

NIM : 20180530186

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

- **Kilas Balik Public Relations Modern di Dunia**

Pada tahun 1808, Departemen Keuangan Inggris menunjuk seorang juru bicara resmi. Tahun 1854, Dinas Pos Kerajaan Inggris dalam salah satu laporan tahunannya yang pertama, mengakui perlunya penjelasan secara luas atas pelayanan yang dilakukannya kepada masyarakat umum. Taktik PR yang cukup terinci dan terarah mulai digunakan oleh Pemerintah Inggris di tahun 1912. Lloyd George yang menjabat sebagai bendahara Negara, mengorganisasikan sebuah tim tersendiri yang bertugas untuk member penjelasan perihal rancangan program pension bagi kaum lanjut usia yang pertama di dunia kepada masyarakat luas.

Seusai perang dunia pertama, pemerintah dari berbagai negara mulai memakai metode-metode PR dalam menjelaskan program kesehatan dan perumahan nasional kepada rakyatnya. Antara tahun 1926 hingga 1933, di Inggris berlangsung salah satu upaya PR terpadu yang terbesar pada zamannya. Sir Stephen Tallents, atas nama Dewan Pemasaran Kerajaan (*Empire Marketing Board*) telah mengeluarkan satu juta poundsterling untuk menjadikan buah-buahan serta berbagai macam produk Inggris lainnya lebih dikenal oleh rakyatnya sendiri. Usaha PR besar-besaran tersebut dilakukan melalui serangkaian film, poster-poster, dan pameran. Tahun 1948, Sir Stephen Tallents menjadi presiden pertama bagi sebuah lembaga formal pertama yang bertujuan mengembangkan PR, yakni *Institute of Public Relations* (IPR). 1948 memang merupakan tahun yang sangat bersejarah bagi masyarakat PR Inggris dan Amerika Serikat. Pada tahun tersebut terbentuklah IPR di Inggris serta *Public Relations Society of America* di Amerika Serikat. (Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga)

- **Perkembangan Biro Konsultasi PR**

Salah satu biro konsultasi PR yang pertama di Amerika Serikat dibentuk oleh seorang jurnalis bernama Ivy Ledbetter Lee, yang pernah menangani PR di sebuah perusahaan yang bergerak di sektor industri batubara dan perusahaan kereta api, yakni *Pennsylvania Railroad*. Pada tahun 1914, ia menjadi salah seorang penasihat utama seorang raja minyak Amerika, John D. Rockefeller. Ivy selalu dituntut untuk memastikan adanya peliputan pers yang adil atas sepak terjang perusahaan batubara dan kereta api dimana ia bekerja. Ia melakukannya dengan menciptakan dan memelihara hubungan yang baik antara perusahaan dengan pihak luar, terutama kalangan media massa. Ia bahkan beranjak lebih jauh dengan merintis perumusan prinsip-prinsip dasar untuk menciptakan suatu hubungan yang baik dengan lembaga pers.

Fungsi PR pada lembaga pemerintahan memang sudah berlangsung di Inggris sejak 200 tahun sebelumnya. Akan tetapi, pelaksanaan fungsi-fungsi PR oleh kalangan swasta serta tumbuhnya bisnis konsultasi PR harus diakui lebih dulu terjadi di Amerika Serikat. Perkembangan PR di Inggris memang sedikit tersendat terutama akibat pecahnya Perang Dunia Kedua yang praktis melumpuhkan dunia usaha dan perdagangan serta kejahatan bahan pokok. Selain itu, banyak sekali ahli periklanan dan perintis praktisi PR yang direkrut oleh pemerintah untuk menjalankan berbagai fungsi propaganda di masa perang. Mereka baru kembali mengurus bidang konsultasi PR di berbagai tempat pada penghujung tahun 1940-an. (Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga)

- **Praktek Humas di Indonesia :**

Faktor pendorong perkembangan praktek humas ialah liberalisasi perekonomian Indonesia yang dimulai oleh pemerintah Orde Baru, telah menciptakan pertumbuhan dunia usaha yang cukup dramatis. Ini akhirnya menentukan pertumbuhan akan kebutuhan praktisi humas yang berkualitas. Perusahaan-perusahaan baru, yang sebagian mungkin terbentuk karena mendapat proyek dari pemerintah atau melalui koneksi, kolusi dan kebijakan pemerintah, membutuhkan praktek public relations dalam usaha mereka untuk memperkenalkan diri di tengah-tengah masyarakat; sebagai lainnya untuk mempertahankan kepentingan mereka dari serangan media massa di tengah-tengah masyarakat yang mulai lebih terbuka. (<https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/14192/FINAL%20NASPUBB.pdf?sequence=14&isAllowed=y>)

Sejarah perkembangan Humas di Indonesia secara konseptual terjadi pada tahun 1950-an. Saat itu berdiri organisasi Humas pertama kali di perusahaan perminyakan negara (Pertamina). Adanya divisi HUPMAS (Hubungan Pemerintah dan Masyarakat) Pertamina ini sangat penting dalam upaya menjalin hubungan komunikasi timbal balik dengan pihak klien, relasi bisnis, perusahaan swasta/BUMN/Asing dan masyarakat. (<https://www.kompasiana.com/hadacircle/59afbc3a5356400dcc597d12/analisis-perkembangan-humas-di-indonesia?page=all>)

Rosady Ruslan, SH, MM membagi perkembangan Humas di Indonesia dalam 4 periode sebagai berikut :

<p>Periode 1 (1962)</p>	<p>Pembentukan Humas di Indonesia lahir melalui Presidium Kabinet Perdana Menteri Juanda, yang menginstruksikan agar setiap instansi pemerintah harus membentuk divisi Humas. Dijelaskan pula garis besar tugas kehumasan dinas pemerintah adalah : Tugas strategis yaitu ikut serta dalam proses pembuatan keputusan oleh pimpinan hingga pelaksanaannya. Dan tugas taktis yaitu memberikan informasi, motivasi, pelaksanaan komunikasi timbal balik dua arah supaya tercipta citra atas lembaga/institusi yang diwakilinya.</p>
<p>Periode 2 (1967 - 1971)</p>	<p>Terbentuklah Badan Koordinasi Kehumasan (Bakohumas). Tata kerja badan ini yaitu ikut serta dalam berbagai kegiatan pemerintah dalam pembangunan, khususnya di bidang penerangan dan kehumasan, serta melakukan pembinaan dan pengembangan profesi kehumasan.</p> <p>Tahun 1967, berdiri Koordinasi antar Humas Departemen/ Lembaga Negara yang disingkat "Bakor" yang secara ex officio dipimpin oleh pimpinan pada setiap departemen. Tahun 1970- 1971, Bakor diubah menjadi Bako-humas (Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah) yang diatur melalui SK Menpen No. 31/Kep/Menpen/tahun 1971. Kerjasama antara Humas departemen/institusi tersebut menitikberatkan pada pemantapan koordinasi, integrasi, dan sinkronisasi dalam operasi penerangan dan kehumasan.</p>
<p>Periode 3 (1972 – 1993)</p>	<p>Periode ini ditandai dengan munculnya Humas kalangan profesional pada lembaga swasta umum. Dengan indikator sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggal 15 desember 1972 didirikannya Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (Perhumas) sebagai wadah profesi HUMAS oleh kalangan praktisi swasta dan pemerintah. Seperti Wardiman Djojonegoro (mantan mendikbud), Marah Joenoes (mantan kahupmas Pertamina), dll. Pada konvensi Nasional HUMAS di Bandung akhir tahun 1993 lahirlah Kode Etik Kehumasan Indonesia (KEKI). Perhumas juga tercatat sebagai anggota International Public Relations Association (IPRA) dan ASEAN Public Relations Organization (FAPRO).

	<p>2. Tanggal 10 April 1987 di Jakarta, terbentuklah suatu wadah profesi HUMAS lainnya yang disebut dengan Asosiasi Perusahaan Public Relations (APPRI). Tujuannya adalah sebuah wadah profesi berbentuk organisasi perusahaan -- perusahaan public relations yang independen (konsultan jasa kehumasan).</p>
<p>Periode 4 (1995 - Sekarang)</p>	<p>Di periode ini Public Relations berkembang di kalangan swasta bidang profesional khusus (spesialisasi PR/HUMAS bidang industri pelayanan jasa). Dengan indikator sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggal 27 November 1995 terbentuk Himpunan Humas Hotel Berbintang (H3). Himpunan ini diperuntukkan sebagai wadah organisasi profesi HUMAS bidang jasa perhotelan, berkaitan erat dengan organisasi PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran di Indonesia). 2. Tanggal 13 September 1996 diresmikannya Forum Komunikasi Antar Humas Perbankan (FORKAMAS) oleh Gubernur BI Soedradjad Djiwandono. Forum ini resmi bagi para pejabat HUMAS (Public Relations Officer), baik bank pemerintah (HIMBARA), swasta (PERBANAS), dan asing yang beroperasi di bidang jasa perbankan di Indonesia. 3. Keluarnya SK BAPEPAM No.63/1996, tentang wajibnya pihak emiten (perusahaan yang go public) di Pasar Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya memiliki lembaga Corporate Secretary. 4. Berdirinya PRSI (Public Relations Society of Indonesia) pada tanggal 11 November 2003 di Jakarta. ini menyerupai PRSA (Public Relations Society of Amerika), sebuah organisasi profesional yang bergengsi dan berpengaruh serta mampu memberikan sertifikasi akreditasi PR Profesional (APR) di Amerika yang diakui secara internasional. <p>PRSI atau Masyarakat PR Indonesia (MAPRI) pertama kali dipimpin oleh August Parengkuan, seorang wartawan senior harian Kompas dan mantan ketua Perhumas-Indonesia. Tujuan organisasi ini adalah</p>

	<p>meningkatkan kesadaran, kepedulian, kebersamaan, pemberdayaan serta partisipasi para anggotanya untuk berkiprah sebagai PR professional dalam aktivitas secara nasional maupun internasional.</p> <p>Wakil Ketua Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (Perhumas), Halim Mahfudz, mengatakan Perusahaan yang bergerak di bidang public relations (PR) di Indonesia kini berkembang pesat, seiring bakal terjadinya perekonomian bebas pada tahun 2010</p> <p>Saat ini ada sekitar 50-60 perusahaan PR yang dikelola oleh pengusaha Indonesia maupun asing yang berani mempublikasikan diri. Selain itu, diprediksi ada puluhan perusahaan PR yang belum berani memunculkan diri.</p>
--	---

DAFTAR PUSTAKA

Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga

<https://www.kompasiana.com/hadacircle/59afbc3a5356400dcc597d12/analisis-perkembangan-humas-di-indonesia?page=all>

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/14192/FINAL%20NASPUBB.pdf?sequence=14&isAllowed=y>