



Peran *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Positif TVRI Sulawesi Selatan

The Role of Public Relations in Maintaining a Positive Image of TVRI South Sulawesi

Nurfitriani M Saing^{1*}, Ramli², Wiwik Laela Mukromin³, Muhammad Yasin⁴

¹⁻⁴ Universitas Muhammadiyah Makassar

Email : fianimsaing08@gmail.com^{1*}, ramli@unismuh.ac.id², laelamukromin@gmail.com³, muhammad.yasin@unismuh.ac.id⁴

Article Info

Received : 07-03-2025

Revised : 09-03-2025

Accepted : 11-03-2025

Published: 13-03-2025

Abstract

This research aims to find out the role of public relations, find out about public relations programs and to find out the obstacles and solutions for public relations in maintaining a positive image at TVRI South Sulawesi. This research is qualitative research, namely research that leads to more descriptive and objective data analysis. In this research, researchers used observation, interviews and documentation methods. This research was located at TVRI South Sulawesi where the research process was carried out from 9 to 25 August 2024. The results of the research show that public relations plays a very important role in maintaining a positive image of the institution such as expert advisors, communication facilitators, problem solving facilitators, and communication technicians. TVRI public relations also has programs such as writing press releases, social media handling, press conferences, press gatherings and other programs related to public relations. Of course, the role of public relations also has obstacles such as lack of employee morale and lack of funds. However, public relations itself also has solutions to face these obstacles.

Keywords: *Image, Role, Public Relations*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *public relations*, mengetahui program *public relations* dan untuk mengetahui hambatan dan solusi *public relations* dalam mempertahankan citra positif di TVRI Sulawesi Selatan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian yang mengarah pada analisis data yang lebih deskriptif dan objektif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini berlokasi di TVRI Sulawesi Selatan yang dilakukan proses penelitian yang dilakukan pada tanggal 9 hingga 25 Agustus 2024. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa *public relations* berperan sangat penting dalam mempertahankan citra lembaga yang positif seperti penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi. Public relations TVRI juga memiliki program seperti melakukan penulisan *press release*, *social media handling*, *konferensi pers*, *pers gathering* dan program lainnya yang berkaitan dengan public relation. Dalam peranan *public relations* tersebut tentu juga memiliki hambatan seperti kurangnya semangat kerja karyawan dan kurangnya dana. Namun, *public relations* sendiri juga memiliki solusi untuk menghadapi hambatan tersebut.

Kata Kunci : *Peran, Public Relations, Citra*



PENDAHULUAN

Public relations memainkan peran penting dalam perputaran sistem dan manajemen suatu organisasi, seperti yang ditunjukkan oleh keberadaan *public relations* dalam organisasi. *Public relations* memiliki hubungan dengan ilmu komunikasi karena merupakan metode ilmu komunikasi dan merupakan bagian *integral* dari sistem *public relations* (Effend, 1999).

Public relations memainkan peran penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Citra perusahaan adalah gambaran yang dimiliki masyarakat tentangnya tentang hal-hal seperti budaya, pelayanan, kualitas produk, perilaku perusahaan, dan lainnya (Kriyantono, 2008).

Pengertian citra adalah abstrak dan tidak dapat diukur matematis, tetapi hasil penilaian dapat menunjukkan keberadaannya. seperti khalayak sasaran dan masyarakat umum memberikan respons positif dan negatif.

Konsep penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan publik sangat penting bagi sebuah lembaga karena saling memahami, menumbuhkan loyalitas karyawan, dan memperkuat etos kerja manajer dan direksi. Kegiatan *public relations* sangat penting dalam menjalin hubungan antara lembaga dengan publiknya, baik internal maupun eksternal. Kegiatan *public relations* memerlukan unsur-unsur seperti citra baik (*good image*), itikad baik (*good will*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual appreciation*), dan toleransi untuk menghasilkan hubungan yang baik antara lembaga dan publiknya (Jefkins, 2003).

Dalam literatur tentang komunikasi Islam, kita dapat menemukan setidaknya empat gaya bicara atau pembicaraan yang dikenal sebagai "*qaulan*". Gaya-gaya ini dikategorikan sebagai aturan, prinsip, atau etika komunikasi Islam atau komunikasi publik dalam Islam.

Qaulan Sadidan, yang berarti perkataan yang benar dan jujur, adalah perkataan yang jelas, tidak meninggalkan keraguan, dan meyakinkan pendengar. Sebagaimana dinyatakan dalam QS. An-Nisaa/4:9:

سَدِيدًا قَوْلًا وَلْيَقُولُوا اللَّهَ فَلْيَتَّقُوا عَلَيْهِمْ خَافُوا ضِعْفًا ذُرِّيَّةَ خَلْفِهِمْ مِنْ تَرَكُوا لَوِ الَّذِينَ وَلِيخْشَ

Terjemahnya:

"Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar."

Menurut Muhammad Sayyid Thanthawi, ayat di atas ditujukan kepada semua pihak, siapa pun, karena semua diminta untuk berlaku adil dan berbicara dengan benar dan tepat, dan semua khawatir akan mengalami apa yang digambarkan dalam ayat tersebut. *Qaulan Balighan* berarti "sampai", dan *Balighan* sendiri berarti "tepat sasaran, komunikatif, singkat, dan mudah dipahami." Menurut ayatnya dalam QS An-Nisaa/4:63, "*qaulan balighan*" didefinisikan sebagai kata-kata yang sampai dan meninggalkan kesan di dalam hati seseorang.

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

"Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka."



Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa orang yang bekerja dalam bidang *public relations* harus sesuai dengan *Qaulan Baligha* : tepat sasaran, komunikatif, tegas, dan mudah dimengerti oleh lawan bicara atau komunikan.

Qaulan Layyinan adalah kata yang artinya lemah lembut dalam bahasa *Layyinan*. *Layinan* tidak sama dengan kata-kata kasar atau terus terang. Seperti yang dinyatakan dalam QS. Thaahaa/20:44,

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Terjemahannya :

”Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”

Perintah Allah ini menunjukkan bahwa orang harus selalu menyampaikan ajakan dengan kata-kata yang halus. mengisyaratkan bahwa tingkat ketakutan lebih rendah daripada tingkat zikir terus-menerus yang menghasilkan kehadiran Allah dalam hati dan kekaguman kepada-Nya. Ini karena kekaguman menghasilkan cinta, dan cinta menerima apapun dari yang dicintai dan memberi tanpa batas (Shihab, 2002).

Qaulan Maysuran (perkataan yang ringan). *Maysuran* artinya mudah, dan *Qaulan Maysuran* berarti perkataan yang mudah. Seperti yang disebutkan dalam Surat Al-Israa 17:28,

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Terjemahan:

”Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.”

Dengan demikian, *public relations* adalah komponen penting dari setiap lembaga dan TVRI Sulawesi Selatan tidak terkecuali. Stasiun Televisi Republik Indonesia Sulawesi Selatan, juga dikenal sebagai LPP TVRI Sulawesi Selatan, didirikan di Makassar pada tanggal 7 Desember 1972. Televisi daerah milik pemerintah Indonesia ini berkantor di Jalan Kakatua no. 14 kota Makassar.

Peneliti berpendapat bahwa peran *public relations* sangat penting dalam meningkatkan hubungan baik dengan publik, terutama dalam memperoleh image positif. Karena *public relations* mengatur sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi atau individu berdasarkan kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja untuk mendapatkan pengakuan publik.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang peran *public relations* dalam mempertahankan citra TVRI Sulawesi Selatan. Peneliti melakukan penelitian ini dengan judul "Peran *Public Relations* Dalam Mempertahankan citra positif TVRI Sulawesi Selatan".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan informasi yang sistematis dan akurat tentang fakta-fakta dan fenomena yang ada di lapangan. Selain itu, penelitian ini akan menyelidiki peran *public relations* dalam mempertahankan



citra positif TVRI Sulawesi Selatan (Meleong, 2007). Penelitian kualitatif menggunakan PR untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang khalayak, seperti bagaimana bahasa rakyat mereka berhubungan dengan citra yang mereka miliki, apa yang mereka anggap memiliki makna tertentu, alasan mereka untuk melakukan sesuatu, dan apa yang mereka inginkan. (Ardianto, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Di TVRI Sulawesi Selatan

Public relations telah menjadi bagian penting dari lembaga terutama untuk mempertahankan citra TVRI Sulsel di mata publik. Ini penting bagi lembaga karena mereka bersentuhan langsung dengan masyarakat dan berfungsi sebagai jembatan antara mereka dan publiknya. Dengan demikian, keberhasilan TVRI Sulsel bergantung pada citra publik yang mereka bangun. Seperti yang disampaikan oleh tim *public relations* TVRI Sulsel :

” *Public relations* berfungsi untuk menjembatani semua pihak dalam lembaga dan masyarakat, kami bekerja sama dengan kepala stasiun dan bahkan memberi saran. Tugas ini bukan fungsi struktural, tetapi fungsi fungsional yang melibatkan semua bagian (Yenita, 2024).”

Dengan penjelasan ini, jelas bahwa PR sangat penting bagi lembaga. Tim PR dianggap sebagai spesialis, mereka memberikan saran kepada kepala stasiun. *Public relations* juga dianggap sebagai pemadam kebakaran yang membantu menyelesaikan masalah internal lembaga.

Dalam hal peran PR dalam lembaga, anggota *public relations* TVRI Sulsel mengatakan, "Fungsi PR bukan sebagai fungsi struktural tapi fungsional, secara kasarnya bisa saya katakan seperti pemadam kebakaran, kita harus ada di tempat kebakaran, sebagai pemata jalan (Yenita, 2024)."

Menurut penjelasan anggota tim *public relations* TVRI Sulsel di atas, *public relations* dapat ditemukan di setiap bagian lembaga dan berfungsi sebagai jembatan antara pimpinan dan karyawan atau sebaliknya. Mereka bahkan dapat membantu pimpinan lembaga.

Mereka bertanggung jawab untuk memperbaiki reputasi atau identitas lembaga setelah krisis menghancurkan eksistensinya. Mereka juga bekerja sebagai *problem solving process facilitator* yang membantu menangani krisis perusahaan. Peran PR diperlukan untuk memecahkan krisis melalui komunikasi.

Ini adalah tanggung jawab untuk melaksanakan program pencitraan karena fungsinya sebagai fasilitator komunikasi yang menghubungkan lembaga dengan publiknya yang berhubungan dengan orang-orang di dalam dan di luar lembaga, termasuk masyarakat dan *stakeholders*. Selanjutnya, peran PR adalah *technician communication* yang melakukan kegiatan komunikasi berdasarkan kebijakan perusahaan dengan berbagai strategi pencitraan. *Public relations* TVRI Sulsel menjalankan peran ini untuk mendukung visi dan misi lembaga dan mempertahankan citra positif lembaga di masyarakat.

Menurut Dozier & Broom (1995), dikutip oleh Rosady Ruslan dalam bukunya Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, peran *public relations* termasuk dalam empat kategori (Ruslan, 2006):



a. *Expert Preciber communication* (menjaga hubungan dengan berbagai pihak)

Menjaga hubungan yang baik dengan berbagai pihak dilakukan dengan tujuan mendapatkan nilai lembaga atau citra yang baik di mata publik. Menjalin hubungan yang positif dengan berbagai pihak yang mungkin berhubungan dengan lembaga adalah penting untuk mempertahankan citra lembaga termasuk masyarakat, pemuda, pemerintah, media, dan lainnya. *Public relations* bertanggung jawab untuk memberi tahu publik tentang lembaga agar orang-orang yang berkepentingan dengannya tetap percaya padanya.

Menurut salah ketua tim *public relations* TVRI Sulsel, "untuk membangun image tentu kita harus memberi pemahaman mulai dari legalitasnya, peran dan fungsinya, konstribusinya seperti apa, mulai dari legalitas bahwa kita bukan lembaga yang ilegal tapi legal, kemudian kehadiran kita bukan sekedar komersial tapi juga untuk berbagi(Yenita, 2024)."

Dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang nilai-nilai dan prinsip lembaga, *public relations* berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dan masyarakat umum sehingga masyarakat tidak memiliki pemahaman yang buruk tentang lembaga. Salah satu ujung tombak lembaga adalah peran *public relations* yang berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dan masyarakat umum. Tugas *public relations* meliputi memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang citra lembaga dan program-program yang dijalankan perusahaan harus sesuai dengan visi dan misi lembaga.

Lembaga penyiaran TVRI Sulawesi Selatan bersentuhan langsung dengan masyarakat dan membutuhkan dukungan masyarakat, jadi lembaga melakukan berbagai kegiatan untuk terus berkomunikasi dengan masyarakat, seperti program gerakan pangan murah yang juga terdapat berbagai kegiatan seperti bazar murah UMKM, pemeriksaan kesehatan gratis, donor darah dan acara lainnya dalam rangka HUT TVRI ke 62 yang ditambahkan oleh tim *public relations* TVRI Sulawesi Selatan.

"Kami melakukan tindakan nyata daripada janji-janji, dan lebih banyak berbuat dan melakukan yang nyata ketika kami mempromosikan lembaga kami melalui program gerakan pangan murah(Yenita, 2024)"

Dengan menyediakan berbagai kegiatan yang diperlukan masyarakat dan memenuhi kebutuhan masyarakat, TVRI Sulsel dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan masyarakat melalui program ini.

Selain itu, *public relations* membantu perusahaan membangun identitasnya dengan memeriksa apakah sistem keamanan TVRI Sulsel tetap aman, seperti mengevaluasi ancaman yang mungkin berdampak pada lembaga. Meminta tanggapan dari berbagai pihak yang dapat mempengaruhi bisnis, seperti media, lembaga desa, organisasi mahasiswa, dll.

"membangun hubungan dengan rekan media, masyarakat Sulsel dan himpunan mahasiswa bagaimana kita berkomunikasi kemudian saling berbagi. ketika dia membutuhkan apa yang kita berikan dan berharap dia menerima apa yang kita berikan sehingga kita dapat menjalin hubungan yang berkelanjutan. Strategi yang kita gunakan adalah dengan membuat jadwal tetap setiap minggu untuk berkumpul, minum kopi pagi, dan melakukan hal-hal sederhana. Kami berbagi apa yang perlu diperbaiki dan apa yang menjadi temuan teman-teman di



lapangan. Kami juga membangun hubungan dengan meminta koreksi dari semua orang tentang strategi apa yang harus kita lakukan(Yenita, 2024).”

Dari penjelasan di atas jelas bahwa membangun hubungan dengan publik sangat penting. TVRI Sulsel sedang melakukan penelitian tentang membangun identitas lembaga dengan tujuan meningkatkan nilai bagi *stakeholder* dan bagaimana citra TVRI Sulsel dapat ditingkatkan sesuai dengan situasi dan kondisi publik.

Membangun hubungan dengan beberapa pihak dianggap dapat mempertahankan citra TVRI Sulsel karena *public relations* dapat mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat dan apa yang kurang dari lembaga dengan membangun lini komunikasi dengan mereka. Ini memungkinkan *public relations* untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki agar citra TVRI Sulsel tetap positif di mata masyarakat dan TVRI Sulsel dapat tetap beroperasi.

b. *Problem solving process facilitator* (Menghadapi manajemen isu)

Dalam sebuah lembaga masalah atau konflik tidak dapat dihilangkan, krisis seringkali membuat lembaga berhenti beroperasi, bahkan kadang-kadang membuat lembaga runtuh. Situasi seperti ini merupakan tanggung jawab *public relations* sebagai *problem sloving process facilitator* yang menangani krisis dalam lembaga.

” Jika ada berita buruk, hal pertama yang kami lakukan adalah berterima kasih jika itu benar dan melakukan perbaikan, menerima kritik yang membangun dan selalu meminta tanggapan orang di sekitar tentang bagaimana kita seharusnya bertindak baik untuk lembaga dan masyarakat(Yenita, 2004).”

Seorang PR harus memiliki empat kemampuan untuk menangani masalah:

- 1) Melihat dan memeriksa masalah berdasarkan fakta lapangan, perencanaan pekerjaan, komunikasi, dan mampu mengevaluasi masalah.
- 2) Kemampuan untuk menarik perhatian melalui berbagai kegiatan publikasi yang inovatif, kreatif, dinamis, dan menarik.
- 3) Kemampuan untuk mempengaruhi opini publik melalui kekuatan hubungan publik (*power of public relations*) untuk merekayasa pandangan atau opini publik (*crystallizing public opinion*) yang sejalan dengan kebijakan organisasi atau instansi yang diwakilinya dalam posisi yang saling menguntungkan.

Pekerjaan *public relations* profesional mirip dengan pemadam kebakaran. PR TVRI Sulsel mengidentifikasi masalah dalam lembaga dengan melihat dan menganalisis masalah berdasarkan fakta, perencanaan kerja, komunikasi, dan evaluasi.

”Saya pikir tugas *public relations profesional* serupa dengan membuka jalan, perata jalan, dan pemadam kebakaran. Itu sangat penting ketika ada konflik, bagaimana situasi dan kondisi terjadi dengan masyarakat sekitar termasuk tokoh masyarakat dan pemuda agar semua masalah atau konflik dapat diminimalkan. Konflik tidak dapat dihilangkan, tetapi kita berusaha untuk meminimalkannya dan memberikan klarifikasi se jelas mungkin(Yenita, 2004).”



Seorang *public relations* yang bekerja untuk TVRI Sulsel harus mampu mengenali publiknya dengan baik dan memahami konflik dalam lembaga kemudian menjelaskan konflik agar *public relations* dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu, seberapa baik citra akan terbentuk tergantung pada seberapa baik *public relations* mampu menciptakan persepsi berdasarkan kenyataan. Dalam hal ini, tugas Public Relations adalah menumbuhkan kepercayaan masyarakat dan memaksa lembaga untuk melakukan yang terbaik.

c. *Communication fasilitator* (fasilitator komunikasi)

Seorang PR harus melakukan peran *communication fasilitator* yang juga dikenal sebagai fasilitator komunikasi, di mana mereka berfungsi sebagai penghubung antara publik dan lembaga. Untuk memastikan bahwa manajemen dapat mendengar dan memahami apa yang diinginkan publik dan demikian pula sebaliknya, publik juga dapat mendengar dan memahami apa yang diharapkan oleh manajemen. Fungsi utama yang dilakukan adalah memfasilitasi pertukaran informasi.

“Menurut saya, *public relations* akan menjadi sumber pertama yang akan menerima pesanan, masukan, dan kritik dari publik. Dalam hal ini adalah komunitas/organisasi yang ingin bekerja sama, jika ada suatu publik yang ingin bekerja sama dengan kami, informasi tentang kualitas kita harus sampai kepada mereka(Himawan, 2024).”

Berdasarkan penjelasan tersebut, pertukaran informasi terkait harga adalah faktor paling penting. Calon pekerja sama sering menanyakan tentang harga dan informasi tentang kualitas lembaga serta fasilitas lembaga. Informasi tentang lembaga juga penting, proses produksi dan penayangan pasti melewati langkah-langkah yang disediakan oleh pers.

d. *Technical communication* (menjalankan strategi pencitraan)

Untuk memenuhi tugasnya untuk mempertahankan citra TVRI Sulsel, *public relations* menggunakan berbagai strategi pencitraan, seperti

1) Menentukan Masalah

Menurut salah satu tim *public relations* TVRI Sulsel harus melakukan riset sebelum melakukan apa pun.

”Kami menemukan masalah dengan mudah, kami menghargai semua informasi, kami mempertimbangkan masalah yang masuk, kami memeriksa atau melakukan riset, kami meminta bantuan dari masyarakat dan media. Jika ada yang kurang, tolong beri tahu kami apa yang harus kami lakukan(Yenita, 2024).”

Public relations TVRI Sulsel dapat menentukan masalah yang dihadapi lembaga dan strategi apa yang digunakan untuk mempertahankan reputasi baik di masyarakat dengan meminta pendapat atau komentar dari publik.

Public relations membuat strategi untuk program pencitraan yang dimulai dengan menentukan masalah untuk mengetahui kebutuhan dan keluhan masyarakat. *Public relations* harus tahu apa yang dibutuhkan oleh publiknya, siapa yang termasuk dalam publik, dan bagaimana keadaan publik. Ini diperlukan untuk *fact finding*, yang berarti mengumpulkan data atau fakta sebelum melakukan sesuatu. Tokoh masyarakat, tokoh



pemuda, lembaga desa, pemerintah, komunitas, dan stakeholders adalah sasaran utama TVRI Sulsel.

2) *Planning & Programming*

Planning atau perencanaan adalah proses menetapkan suatu tujuan dan melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapainya. Tindakan-tindakan itu termasuk menjawab pertanyaan seperti apa yang harus dilakukan, berapa biaya yang diperlukan untuk perencanaan tersebut, bagaimana itu dilakukan, dan kapan itu akan selesai.

Sasaran strategi *public relations* untuk menjalankan program pencitraan adalah tokoh masyarakat, pemuda, dan *stakeholder* yang dianggap memiliki kemampuan untuk menjalin hubungan dengan lembaga, baik untuk membantu program berlangsung maupun untuk menjadi sasaran program. Setelah memahami sasarannya, *public relations* kemudian merencanakan dengan mempertimbangkan kondisi publik dan lingkungan yang memungkinkan program berjalan dengan baik.

3) *Actions and Communications*

Tahap ketiga mencakup penerapan dan komunikasi program untuk mencapai tujuan perusahaan atau lembaga. Seperti yang dinyatakan oleh PR TVRI Sulsel :

”Kami percaya bahwa komunikasi, pemahaman, dan keterbukaan adalah satu-satunya cara untuk memberikan pemahaman ketika masyarakat tidak paham (Yenita, 2024).”

Cara kerja *public relations* adalah dengan berkomunikasi dengan baik dengan berbagai pihak untuk memulai program pencitraan, memberikan penjelasan tentang program yang dijalankan, dan melaksanakan program dengan bantuan dari masyarakat. seperti program tanggung jawab sosial lembaga. *Public relations* membantu masyarakat memahami program dan tujuan dari lembaga, keuntungan yang diperoleh lembaga dan masyarakat, dan bagaimana program dapat berjalan sesuai harapan.

Untuk menjalankan program, *public relations* TVRI Sulsel menganggap peran bagian lain dalam lembaga sangat penting. Program tidak akan berhasil tanpa bantuan bagian lain. Kepala stasiun misalnya, yang memberikan persetujuan dan ijin untuk melakukan tugas

Kegiatan pencitraan *public relations* TVRI Sulawesi Selatan dapat berjalan sesuai rencana jika semua pihak bekerja sama. *Public relations* melakukan program pencitraan dengan melibatkan pihak-pihak yang mengetahui situasi dan kondisi dari sasaran program..

Sudah jelas bahwa tujuan utama lembaga adalah untuk meningkatkan reputasi lembaga. Tentu saja, program tersebut dianggap mendukung visi misi perusahaan, yaitu menambah nilai bagi pemilik *stakeholder*.

4) *Evaluating*

Penilaian dan evaluasi program adalah tahap terakhir dari proses ini. Apakah itu berhasil atau tidak, dan apakah dapat dilanjutkan atau tidak. Untuk mengevaluasi



keberhasilan program, *public relations* melihat seberapa antusias masyarakat terhadap aktivitas TVRI Sulsel dan apakah aktivitas tersebut dilakukan dengan tepat waktu dan tanpa hambatan.

Selain itu, lembaga selalu meminta pendapat dari media dan masukan-masukan tentang programnya. Pendapat-pendapat ini digunakan untuk introspeksi dan koreksi lembaga, terutama dalam hal *public relations*.

Public relations TVRI Sulsel bertanggung jawab untuk menjaga dan menciptakan citra positif serta memberikan kedudukan kepada *public relations* agar mereka dapat dengan mudah menyelesaikan tugasnya dan lancar. Fungsi *public relations* TVRI Sulsel diharapkan dapat membawa citra TVRI Sulsel yang positif di mata khalayak luas. Untuk memastikan bahwa opini publik yang cenderung negatif terhadap TVRI Sulsel berubah dan menghindari tindakan yang dapat merusak reputasinya, ada wewenang dan tanggung jawab dari TVRI Sulsel untuk menangani hubungan publiknya.

Public Relations TVRI Sulsel juga berfungsi untuk berhubungan dengan pihak *eksternal* dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang terus menerus untuk mencapai kerjasama. Ciri-ciri komunikasi publik TVRI Sulsel selalu dipertahankan. Penggunaan media massa dan media lainnya untuk memberikan informasi lebih lanjut tentang TVRI Sulsel selalu dilakukan secara rutin. Lembaga memfokuskan pada media sosial, seperti instagram, karena media ini diharapkan untuk meningkatkan reputasi TVRI Sulsel di masyarakat. Instagram tersebar di seluruh wilayah Sulsel dan memiliki banyak penonton setia. Untuk menghindari situasi yang tidak diinginkan antara TVRI Sulsel dan pihak yang merasa dirugikan, hubungan yang baik telah dibangun dengan pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan TVRI Sulsel. Dengan adanya *public relations* TVRI Sulsel kesalahpahaman yang telah terjadi dapat diperbaiki dengan cepat.

Setiap program di *public relations* TVRI Sulsel dievaluasi sebelum dan sesudahnya untuk memastikan apakah hasilnya sesuai dengan harapan atau sebaliknya untuk dilaksanakannya acara yang akan diadakan. Praktisi PR TVRI Sulsel membicarakan dan mengantisipasi potensi penghalang bagi programmer. Publik akan diberikan kebebasan untuk memberikan kritik dan saran yang membangun kepada TVRI Sulsel.

Praktisi PR di TVRI Sulsel memiliki peran yang sangat penting dan dominan sebagai komunikator yang menyampaikan setiap kegiatan sosial untuk memastikan bahwa kegiatan tersebut berjalan dengan baik. Khalayak yang melihat kegiatan di lembaga diharapkan dapat menerimanya dengan baik. Praktisi PR juga berusaha untuk meyakinkan khalayak yang terlibat dalam kegiatan sosial tentang keberadaan TVRI Sulsel, sehingga mereka dapat menjalin hubungan yang baik dan pada akhirnya menciptakan citra yang baik tentang lembaga.

Diharapkan melalui pelaksanaan kegiatan sosial ini, TVRI Sulsel menjadi nilai positif bagi masyarakat sebagai lembaga penyiaran publik yang berkesan baik dan mengabaikan semua hal. Dengan segala kegiatan sosial yang telah diadakan, diharapkan



peningkatan kesadaran masyarakat akan manfaat lembaga penyiaran publik khususnya TVRI Sulawesi Selatan.

”Hubungan baik selalu dijaga di dalam lembaga dan sikap saling menghargai diutamakan. Kebebasan berbicara tentang ide, gagasan, dan kritik menunjukkan hal ini. Untuk menghindari keganjalan dan kesalahpahaman antara karyawan dan atasan, kami selalu menjalin hubungan baik di lembaga. Untuk menghindari kesalahpahaman dan saling merangkul, kami ingin menjalin hubungan yang harmonis(Yenita, 2024).

Setiap praktisi PR bekerja sama dengan divisi lain di TVRI Sulsel. Mereka tetap mengutamakan bekerja dalam kelompok dan menghargai satu sama lain. Mereka bekerja sebagai tim yang saling mendukung dengan menerima dan mempertimbangkan kritik dan usulan tentang bagaimana strategi PR dapat bekerja dengan baik.

Peran *Public Relations* pada lembaga TVRI Sulawesi Selatan memegang suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai suatu lembaga. Dimana setiap orang dalam suatu lembaga, menjalankan sebuah peranan sesuai dengan posisinya saat ini. Jika dilihat dari sisi lembaga itu sendiri, setiap pekerja dalam suatu lembaga memiliki peran yang berbeda dalam membangun lembaga.

Berdasarkan seluruh penjelasan di atas, peneliti melakukan observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan beberapa informan yang berkualitas tinggi, Peneliti juga mengumpulkan data dari informan utama dan pendukung TVRI Sulawesi Selatan untuk mendukung temuan mereka.

Dalam penelitian ini, peran pers sebagai konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh suatu lembaga ditekankan. Semua bagian lembaga harus berpartisipasi dalam proses perubahan, termasuk *public relations*. *Public relations* bertugas berkomunikasi dengan publik lembaga untuk memahami dan mendukung proses perubahan sehingga publik mendukungnya dan meningkatkan reputasi lembaga.

Peneliti mengajukan pertanyaan kepada salah satu anggota bidang Public Relations terkait tugas dan wewenang Public Relations. Mawan Himawan anggota Public Relations menjelaskan :

”ada banyak peran dan tanggung jawab di lembaga kita ini, terutama dalam hal meningkatkan reputasi lembaga. Tugas *public relations* dibagi menjadi dua kategori: yang manajerial dan yang teknis(Himawan, 2024).”

Hasil wawancara menunjukkan bahwa faktor utama yang membedakan kedua posisi ini adalah bahwa *public relations* terlibat dalam proses pengambilan keputusan di tingkat lembaga, Proses pengambilan keputusan termasuk manajerial sedangkan teknisi tidak..

Pada dasarnya, PR terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan perencanaan strategi mereka mengelola bagian PR tanpa campur tangan bagian lain dan bertanggung jawab secara penuh atas programnya.

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan tentang peran *public relations* yang diharapkan untuk mencapai pandangan publik:



”Sudah jelas ada banyak tujuan yang ingin dicapai, tetapi yang paling penting adalah bagaimana kualitas lembaga dan persepsi publik dapat dipengaruhi oleh model promosi konten kami, yang pada dasarnya dimulai dengan kepercayaan penonton(Himawan, 2024).”

Ingatlah bahwa peran *public relations* sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan publik terhadap program mereka. Ini adalah dasar dari tujuan kinerja yang telah diprogramkan dan akan diminta oleh kepala stasiun lembaga.

Peneliti mengajukan pertanyaan terkait peran *public relations* dalam suatu perusahaan, mereka melakukan pekerjaan yang sangat penting untuk mendukung semua tindakan *stakeholder* lainnya dengan mempertimbangkan seberapa penting PR untuk TVRI Sulawesi Selatan :

”Jika ditanya seberapa pentingnya, seorang PR adalah wajah pertama lembaga. publik akan pertama kali dihadapkan pada PR, kemudian strategi yang ditawarkan, sebelum dipindahkan ke bagian manajemen produksi(Himawan, 2024)”

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti memutuskan bahwa peran PR sangat penting karena mereka mengubah pandangan publik tentang lembaga. Selain itu, dijelaskan bahwa peranan *public relations* dalam manajemen lembaga terlihat dalam aktivitas utamanya seperti mengevaluasi sikap atau opini publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur lembaga dengan kepentingan publik dan merencanakan serta melaksanakan kegiatan produksi(Himawan, 2024).

2. Program *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Positif TVRI Sulawesi Selatan

a. Media relations

Seseorang atau organisasi dapat menjadi sukses dan terkenal karena dapat membangun hubungan baik dengan media. Dengan hubungan baik itu, media dapat secara konsisten mempublikasikan aktivitas positifnya dan "berhati hati" dalam menyiarkan pemberitaan negatif.

Media akan mencitrakan perusahaan dengan baik. Meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk perusahaan, yang pada gilirannya mendorong pemodal untuk berinvestasi dalam perusahaan.

- 1) Penulisan *press release*
- 2) Penulisan *feature*
- 3) *Advertising*
- 4) *Social media handling*
- 5) *Website*
- 6) *Media Monitoring and Analysis*
- 7) *Digital Communication*
- 8) *Crisis communication*

*b. Public relations*

- 1) Konferensi pers
- 2) *Pers gathering*
- 3) *Chief editor gathering*
- 4) *Key Opinion Leader*
- 5) Wawancara
- 6) Kunjungan ke kantor pers
- 7) Jamuan makan siang :
- 8) *Corporate idetitiy and design*
- 9) *Video presentation*
- 10) *Event production*

c. Corporate social responsibilty

- 1) Donor Darah bersama TVRI Sulawesi selatan

Seiring meningkatnya permintaan darah, TVRI Sulawesi Selatan bekerja sama dengan palang merah indonesia (PMI) Sulawesi Selatan, kembali mengadakan kegiatan donor darah yang berlangsung di TVRI Sulawesi Selatan (3/10). Kegiatan ini merupakan program yang diadakan setiap lima bulan dan dapat memberikan banyak manfaat kepada pendonor yang bersedia mendonorkan darahnya, Pendonor darah dapat mengetahui golongan darahnya, melakukan pemeriksaan kesehatan teratur (donor darah dilakukan setiap lima bulan sekali), termasuk tekanan darah, nadi, suhu, tinggi, berat badan, hemoglobin, penyakit dalam, hepatitis A dan C, penyakit HIV/AIDS, dan mengurangi kelebihan zat besi dalam tubuh.

Selain itu, mendonorkan darah secara teratur setiap tiga bulan sekali dapat menurunkan resiko terkena penyakit jantung, terutama pada laki-laki, sebesar 30%. Donor darah merupakan salah satu dari program CSR dan merupakan bentuk tanggung jawab sosial serta pengabdian kita kepada masyarakat. Donor darah ini akan membantu menyediakan stok dan memenuhi kebutuhan darah di Indonesia, khususnya di Sulawesi Selatan. Donor darah dapat meningkatkan kepedulian kita terhadap sesama, dan donor darah bukan hanya membantu orang yang membutuhkan tetapi juga membantu kesehatan pendonor, karena akan terjadi sirkulasi darah baru yang membuat tubuh lebih seha(Himawan, 2024)t.

- 2) Program Kunjungan

Program ini sebagai wujud dukungan terhadap kemajuan dunia pendidikan, kesempatan belajar bagi para pelajar melalui sesi tanya jawab dan observasi sehingga mendapatkan wawasan mendalam yang akan memperkaya pemahaman dan keterampilan didunia profesional. Kunjungan ini bukan hanya untuk belajar tetapi juga membangun jaringan dan inspirasi masa depan.



3) Program Pangan Murah

Program ini bekerjasama dengan dinas ketahanan pangan provinsi sulawesi selatan untuk menstabilkan harga dan memastikan ketersediaan pangan yang cukup bagi masyarakat.

4) Program Sosialisasi

Salah satu jenis peran *public relations* adalah sebagai *technical communication*, yang berarti menyediakan layanan teknis komunikasi untuk membantu lembaga membuat keputusan tentang kegiatan komunikasi apa yang harus dilakukan. Untuk mempertahankan citra, TVRI Sulsel menggunakan program sosialisasi untuk mempromosikan semangat kerja dan kebijakan lembaga dan pemerintah. Mengawasi hasil sosialisasi petugas PR.

3. Hambatan Dan Solusi Masalah TVRI Sulawesi Selatan

a. Hambatan Internal Lembaga

- 1) semangat kerja karyawan
- 2) anggaran belanja yang terbatas

b. Hambatan Eksternal Lembaga

Tvri Sulawesi Selatan menghadapi masalah utama dengan kebutuhan klien. "Kliennya lebih suka dari yang dijanjikan dan disepakati. Cara PR TVRI Sulsel menangani masalah ekspetasi klien biasanya tertulis secara jelas dalam kontrak kerjasama dengan klien yaitu misalnya, kita biasanya menulis poin-poin perjanjian kerjasama dengan detail tentang layanan yang diberikan dan tujuan(Himawan, 2024)."

Selain masalah dengan ekspetasi klien TVRI Sulsel, ada hambatan kedua yang berkaitan dengan idealisme para pimpinan media massa yang bekerja sama dengan TVRI Sulsel.

"mereka punya idealisme sendiri atau aturan sendiri serta punya planning sendiri mengenai berita yang akan diterbitkan, Untuk mengatasi hambatan ini TVRI Sulawesi Selatan biasanya melakukan press gathering. kita sering mengadakan press gathering, dari situ kita jelaskan detail tentang klien kita secara jelas sehingga ketika nanti mereka menulis berita tidak kemana mana(Himawan, 2024)"

KESIMPULAN

Membangun *public relations* di TVRI Sulsel adalah salah satu aktivitas Divisi yang memiliki salah satu tanggung jawab yaitu membangun hubungan dengan media. Kegiatan *public relations* sangat penting terutama untuk kemajuan lembaga. Oleh karena itu, peran *public relations* TVRI Sulawesi Selatan adalah mempertahankan citra lembaga dengan mengelola informasi melalui kegiatan yang mendapatkan dukungan media. Untuk membangun, meningkatkan, dan mempertahankan citra dan reputasi lembaga, kegiatan *public relations* yang dikelola seperti *press release*, *konferensi pers*, *tour*, *wawancara*, dan *special event*.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, penulis menyimpulkan bahwa Peran Public Relations TVRI Sulsel adalah sebagai berikut:

1. Penasihat Ahli (*Expert Presciber*)



2. Peran Fasilitator Komunikasi (communication fasilitator)
3. Peran fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*)
4. Peran Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *public relations* memiliki empat peran penting dalam mempertahankan citra positif lembaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI, 2009. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Semarang: PT. Karya TohaPutra, 2009.
- Alya Nur Sabrina, 2019. “ *Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Langkat (Studi Kualitatif Pada Humas Pemerintah Kabupaten Langkat)*.” Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Ardianto Elvinaro, 2010. *metode penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan kualitatif*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. “*Handbook of Public Relations*”. Bandung: Simbiosis RekatamaMedia
- Ardianto, Elvinaro. 2014. “*Teori dan Metodologi Penelitian Public Relations*,” Jurnal Mediator
- Burhan Ashofa, 2007. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Cemi Abdurrachman, 1995. *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Cutlip, Scott M. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Dedy Mulyana, 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Rosdakarya
- Emzir, 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada.
- Frank Jefkins, 2003. *Public Relations*. Jakarta: Penerbitan Erlangga
- Frazier H Moore. 1987. “*Hubungan Masyarakat: Prinsip, Kasus Dan Masalah*” Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Frank Jefkins, 1994. *Public Relations untuk Bisnis*, Jakarta: Puskatka Binaman Pressindo
- Imam Gunawan, 2013. *Motode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara
- Jalaludin rahmat, 2006. *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- James Black A, 1999. *Metode dan Masalah Penleitian Sosial Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama
- John W. Cresswell, 2009. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches-3, California, SAGE publicatons Inc*
- Kriyantono, Rachmat. 2009. “*Teknik Praktik Riset Komunkasi*” Jakarta : Kencana
- Kriyantono, Rachmat. 2012. “*PR writing; Teknik Produksi Media PR dan Publikasi Korporat*.” Jakarta: Kencana
- Mania, Sitti. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Makassar: Alauddin University Press
- Meleong Lexy J, 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Neni Yulianita. 2007. “*Dasar Dasar Public Relations*” Bandung: Pusat Penerbit Universitas LPPM UNISBA
- N. Grass, W.S. Massan and A.W. Mc. Eachern, 1995. *Exploration role analysis, dalam David barry, Pokok-pokok Pikiran dalam Sosiologi*, Jakarta: PT. Raja Grapindo Persada
- Novel Ali, 1986. *Modul Pengantar Hubungan Masyarakat*, Universitas Jakarta: Depdikbud
- Onong Uchjana Effendy. 1993. “*Kamus Komunikasi*.” Bandung : Mandar Maju
- Onong Uchajna Effendy. 1993. “*Human Relations Dan Public Relations*” Bandung: CV Mandar Maju
- Onong Uchjanan Effendi, 1999. *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Paul B. Horton, 1993. *Sosiologi*. Jakarta: Erlangga



- Puspokusumo, Aryanti. 2011. *Peranan Manajemen Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan: Studi Kualitatif pada Re-Opening Hotel Mandarin Oriental, Jakarta*, Dalam Jurnal Binus Business Review Vol. 2, No. 1
- Rohidi, Tjetjep Rohendi. 1992. *Analisis data Kualitatif*. Jakarta: UI Press
- Rosady Ruslan. 2006. *“Manajemen Public Relations dan media Komunikasi, konsepsi dan aplikasi.”* Jakarta: PT. Raja Grafindo persada
- Rosady Ruslan. 2010. *Metode Menelitian Public Pelations dan Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Shihab, Quraish. 2002. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, jakarta: Lentera Hati
- Soemirat, Soleh. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah, 2011. *Public Relations 2.0*, (Depok: Gramata Publishing