



JSKOM

Jurnal Studi Ilmu Komunikasi
Volume 05, Nomor 02, Januari 2026

<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom>

P. ISSN : 2985-9549

E. ISSN : 2986-4593

MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS: TEORI, PRAKTIK DAN IMPLEMENTASI DI LEMBAGA MODERN

Sahru Lexa Alfa Rizki¹, Nina Yuliana²

¹Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl. Raya Palka Km 3 Sindangsari, Pabuaran, Kab. Serang, Provinsi Banten, Indonesia

²Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl. Raya Palka Km 3 Sindangsari, Pabuaran, Kab. Serang, Provinsi Banten, Indonesia

¹slexaalfa@gmail.com ²nina.yuliana@untirta.ac.id

ABSTRACT

This article explores public relations (PR) management as a strategic function within modern institutions, emphasizing the importance of applying managerial principles in public communication activities. Using a descriptive qualitative approach and literature study, this research examines key PR theories, common managerial practices, and the challenges of implementation in contemporary organizations. The findings show that PR, when managed systematically through planning, execution, monitoring, and evaluation, contributes significantly to organizational reputation and communication success. However, several obstacles remain, such as limited strategic understanding among leaders, lack of public research, and insufficient resources. These findings highlight the need for better integration of PR into organizational management structures and the utilization of information technology as a supporting tool. This article is expected to serve as a reference for strengthening more professional and strategically oriented PR practices in the digital communication era.

Keywords: *Public Relations, Strategic Management, Organizational Communication, Reputation, Information Technology*

ABSTRAK

Artikel ini membahas tentang manajemen Public Relations (PR) sebagai fungsi strategis dalam lembaga modern, dengan menekankan pentingnya penerapan prinsip-prinsip manajerial dalam kegiatan kehumasan. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan studi kepustakaan, penelitian ini mengkaji berbagai teori PR dari para ahli, praktik manajerial yang umum diterapkan, serta tantangan implementasinya dalam organisasi kontemporer. Hasil kajian menunjukkan bahwa PR yang dikelola secara sistematis melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi memiliki kontribusi nyata terhadap reputasi dan keberhasilan komunikasi organisasi. Namun, masih ditemukan hambatan seperti kurangnya pemahaman strategis dari pimpinan, minimnya riset publik, serta keterbatasan sumber daya. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya integrasi PR ke dalam struktur manajemen organisasi serta pemanfaatan teknologi informasi sebagai alat pendukung. Artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam penguatan praktik PR yang lebih profesional dan berorientasi strategis di era komunikasi digital.

Kata kunci: *Public Relations, Manajemen Strategis, Komunikasi Organisasi, Reputasi, Teknologi Informasi*

1. PENDAHULUAN

Public Relations (PR) telah berkembang menjadi fungsi strategis yang tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pengelolaan hubungan jangka panjang antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks lembaga modern baik perusahaan, instansi pemerintah, maupun organisasi non-profit PR tidak lagi dianggap sebagai aktivitas pelengkap, melainkan sebagai bagian integral dari manajemen organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, pendekatan terhadap PR pun tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip manajemen yang sistematis dan terstruktur (Sauri et al., 2023).

Manajemen Public Relations mencakup serangkaian proses yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, hingga evaluasi program komunikasi organisasi yang ditujukan untuk membentuk citra, kepercayaan, serta dukungan publik. Para ahli seperti Cutlip, Center, dan Broom (2006) menekankan bahwa fungsi PR modern harus mengikuti siklus manajemen strategis agar dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian tujuan organisasi. Dengan pendekatan ini, PR mampu berperan dalam mengelola isu, membangun reputasi, serta memitigasi risiko komunikasi (Aqil Fahmi Sanjani, n.d.).

Di tengah kemajuan teknologi informasi dan meningkatnya kompleksitas interaksi antara organisasi dan masyarakat, implementasi manajemen PR juga mengalami transformasi signifikan. Praktik PR kini banyak mengandalkan data, riset, dan sistem informasi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis. Namun demikian, tantangan tetap muncul, mulai dari resistensi internal terhadap peran PR hingga dinamika eksternal seperti krisis komunikasi, pergeseran opini publik, dan tekanan etika (Widyastuti et al., 2024).

Melalui kajian ini, penulis akan membahas manajemen Public Relations dari tiga aspek utama: teori-teori yang mendasarinya, praktik-praktik umum yang diterapkan di berbagai lembaga, serta analisis terhadap implementasinya dalam konteks organisasi modern. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana manajemen PR dapat dikelola secara efektif, relevan, dan berdaya guna dalam menghadapi tantangan komunikasi masa kini.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai teori, praktik, dan implementasi manajemen Public Relations dalam konteks lembaga modern. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan proses, konteks, dan dinamika komunikasi organisasi secara lebih komprehensif, terutama dalam aspek manajerial yang tidak dapat dijelaskan secara kuantitatif (Sartika & Permadi, 2020).

Jenis penelitian yang digunakan adalah *studi kepustakaan* (library research), yang didukung oleh *analisis isi* terhadap literatur akademik dan dokumen institusional. Penelitian ini mengkaji teori-teori manajemen PR dari para pakar seperti Cutlip & Center, Grunig, dan Gregory, serta membandingkan dengan praktik-praktik manajemen PR yang diterapkan di berbagai organisasi modern (Listiani & Kunci, n.d.).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas:

- Data primer, berupa jurnal ilmiah, buku akademik, dan artikel teori komunikasi organisasi.
- Data sekunder, seperti laporan lembaga, studi kasus terdahulu, dan artikel dari media kredibel yang relevan dengan praktik manajemen PR.

Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi tematik. Proses analisis dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu:

1. Reduksi data: memilih informasi yang relevan dengan fokus kajian,
2. Kategorisasi tematik: mengelompokkan data berdasarkan tema utama (teori, praktik, tantangan),
3. Penarikan kesimpulan: menafsirkan hasil temuan berdasarkan kerangka teori yang digunakan.

Penelitian ini tidak bermaksud menguji hipotesis, melainkan mengeksplorasi konsep dan praktik manajemen PR secara konseptual untuk memberikan pemahaman akademik yang lebih mendalam (Mafar, 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian menunjukkan bahwa manajemen Public Relations (PR) di lembaga-lembaga modern telah mengalami perubahan signifikan dibandingkan dengan peran tradisionalnya. Jika sebelumnya PR lebih banyak diidentikkan dengan kegiatan komunikasi satu arah, seperti penyebaran informasi, protokoler, atau publikasi, maka kini fungsi PR telah berevolusi menjadi bagian integral dari sistem pengambilan keputusan strategis organisasi. Dalam konteks manajerial, PR tidak hanya dituntut untuk mampu membentuk citra dan reputasi yang positif, tetapi juga harus dapat menyusun strategi komunikasi yang selaras dengan visi, misi, serta arah kebijakan jangka panjang organisasi.

Transformasi ini terjadi karena meningkatnya kompleksitas lingkungan eksternal, termasuk dinamika opini publik, krisis komunikasi, perkembangan media digital, hingga tuntutan transparansi dari publik. Lembaga modern yang responsif terhadap perubahan tersebut mulai menempatkan PR sebagai fungsi yang bersifat proaktif dan analitis, bukan sekadar reaktif terhadap peristiwa atau isu yang muncul. Public Relations dalam konteks ini bekerja tidak hanya untuk menjaga hubungan baik dengan publik eksternal, tetapi juga berperan penting dalam membina komunikasi internal yang sehat, memperkuat loyalitas karyawan, dan membentuk budaya organisasi yang komunikatif.

Penerapan prinsip manajerial dalam PR dapat diamati dari bagaimana organisasi menyusun perencanaan komunikasi berdasarkan riset, mengimplementasikan kegiatan komunikasi lintas platform, memantau respons publik secara berkala, serta melakukan evaluasi secara sistematis terhadap efektivitas strategi yang telah dijalankan. Dalam proses tersebut, kemampuan manajer PR untuk mengidentifikasi isu potensial dan merancang narasi yang relevan menjadi faktor penentu keberhasilan program. Selain itu, kemampuan membangun relasi dengan pemangku kepentingan, termasuk media massa, pemerintah, komunitas lokal, dan investor, merupakan keterampilan yang mutlak dimiliki oleh profesional PR di era sekarang (Putri Dewanggi & Mekarsari, n.d.).

Namun, temuan juga mengindikasikan bahwa tidak semua lembaga telah menjalankan fungsi PR secara optimal dalam kerangka manajerial. Masih banyak organisasi, baik di sektor publik maupun swasta, yang belum memahami pentingnya menyusun strategi komunikasi berbasis riset dan analisis. Banyak divisi PR yang hanya difungsikan sebagai pelengkap kegiatan kehumasan seremonial, seperti menyusun press release atau mendampingi pimpinan saat tampil di hadapan publik. Akibatnya, PR menjadi kurang relevan dalam proses pengambilan keputusan, dan dampaknya terhadap persepsi publik pun cenderung minim.

Kondisi ini diperparah oleh masih terbatasnya sumber daya manusia yang memiliki latar belakang manajemen komunikasi strategis. Di banyak kasus, posisi PR justru diisi oleh orang-orang yang tidak memiliki pendidikan atau pelatihan khusus di bidang komunikasi atau manajemen PR, sehingga pendekatan yang digunakan cenderung teknis dan tidak berorientasi jangka panjang. Tantangan lain yang muncul adalah belum adanya sistem evaluasi kerja PR yang baku di sebagian besar lembaga. Padahal, tanpa evaluasi yang terukur, efektivitas program PR sulit untuk dinilai secara objektif, dan pengambilan keputusan menjadi berdasarkan intuisi atau kepentingan sesaat.

Di sisi lain, kemajuan teknologi informasi memberi peluang baru bagi optimalisasi fungsi PR. Lembaga yang memanfaatkan media sosial, data analitik, dan sistem informasi komunikasi yang terintegrasi memiliki kemampuan lebih baik dalam memahami perilaku publik, merespons isu secara cepat, serta membentuk narasi yang sesuai dengan dinamika sosial yang sedang berlangsung. Penggunaan alat digital juga memungkinkan pengelolaan reputasi yang lebih efisien, baik dalam skala nasional maupun global (Dimiyati, 2018).

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa manajemen PR tidak dapat dijalankan secara instan atau intuitif. Ia memerlukan pendekatan yang berbasis riset, perencanaan strategis, pelaksanaan yang sistematis, serta evaluasi yang berkelanjutan. Kesiapan lembaga dalam memahami dan mengadopsi prinsip-prinsip tersebut akan menentukan seberapa besar pengaruh dan kontribusi PR terhadap keberhasilan organisasi secara keseluruhan. Ke depan, tantangan utama bukan lagi soal teknis pelaksanaan, melainkan bagaimana PR dapat membuktikan nilai strategisnya di mata para pengambil keputusan di tingkat eksekutif.

4. PENUTUP

Manajemen Public Relations dalam konteks lembaga modern tidak lagi dapat dipandang sebagai fungsi tambahan atau sekadar aktivitas komunikasi satu arah. Berdasarkan kajian teori dan hasil analisis literatur, PR telah berkembang menjadi fungsi strategis yang memainkan peran penting dalam membangun citra, mengelola hubungan dengan publik, serta mendukung pencapaian tujuan organisasi melalui komunikasi yang terencana dan sistematis.

Penerapan fungsi manajerial yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi menjadi dasar utama bagi efektivitas program PR. Lembaga yang berhasil mengintegrasikan manajemen PR ke dalam struktur organisasinya cenderung lebih siap menghadapi tantangan eksternal seperti krisis, perubahan opini publik, dan disrupsi digital. Namun demikian, implementasi ideal manajemen PR masih menghadapi hambatan, seperti keterbatasan pemahaman strategis dari pimpinan, minimnya riset publik, serta kurangnya dukungan sumber daya.

Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, PR juga dituntut untuk adaptif terhadap penggunaan data, analitik, dan sistem komunikasi digital. Oleh karena itu, ke depan, penguatan kapasitas manajerial dalam bidang Public Relations menjadi kunci agar fungsi ini dapat dijalankan secara profesional, etis, dan relevan dengan kebutuhan zaman.



JSKOM

Jurnal Studi Ilmu Komunikasi

Volume 05, Nomor 02, Januari 2026

<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom>

P. ISSN : 2985-9549

E. ISSN : 2986-4593

DAFTAR PUSTAKA

- Aqil Fahmi Sanjani, M. (n.d.). *ENHANCING EDUCATIONAL IMPACT: EXPLORING EFFECTIVE MEDIA AND PUBLIC RELATIONS TECHNIQUES IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS*. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/alrosikhun/index>
- Dimiyati, A. (2018). Manajemen Public Relations dan Reputasi Organisasi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa. In *Nyimak Journal of Communication* (Vol. 2, Issue 2).
- Listiani, H., & Kunci, K. (n.d.). *PELATIHAN SOFT SKILLS MAHASISWA CALON GURU BIOLOGI UNIVERSITAS CENDERAWASIH DALAM PENELUSURAN SUMBER REFERENSI SEBAGAI PENDUKUNG PENYUSUNAN TUGAS AKHIR SOFT SKILLS TRAINING FOR PROSPECTIVE BIOLOGY TEACHERS AT CENDAWASIH UNIVERSITY IN EXPLORING REFERENCE SOURCES AS SUPPORT FOR FINAL PROJECT PREPARATION*. <http://jurnal.faperta-unras.ac.id/index.php/pakdemas>
- Mafar, F. (2022). Produktivitas Karya Ilmiah Dosen UIN KHAS Jember Pada Jurnal Terindeks Scopus. *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v2i1.3120>
- Putri Dewanggi, A. I., & Mekarsari, A. (n.d.). MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS DALAM PENGELOLAAN EVENT JAMBORE NASIONAL BANK SAMPAH. In *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Budaya* / (Vol. 19, Issue 1). <https://indonesiaproud.wordpress.com>
- Sartika, D., & Permadi, R. N. (2020). Pemanfaatan open access Jurnal Borneo Administrator melalui pengukuran kepuasan pembaca di Lembaga Administrasi Negara. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.24198/jkip.v8i2.26448>
- Sauri, R. S., Suryana, T., Husna, N., Mas'amah, S., & Afifah, R. (2023). Public Relations Strategy Management in Increasing Students' Interest in Studying at MTsN 2 Hulu Sungai Utara South Kalimantan. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3057. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2622>
- Widyastuti, T. U., Astuti, P., Adawiyah, R., Oktaoufy, F., Haikal, M. F., & Burhan, M. R. (2024). Ditengah Krisis: Manajemen Komunikasi Public Relation Menangani Situasi Darurat Article Info ABSTRAK. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 3, Issue 04).
-