

PERANAN PENGAMAL PERHUBUNGAN AWAM DALAM MENDAMPINGI MEDIA MASSA

Mohd Yahya Mohamed Ariffin

ABSTRACT

All successful organisations need to establish a good rapport with the media. Public relations practitioners must develop and enhance their relationship with the people in the media. This article explicates the specific roles and duties of public relations practitioners in developing and enhancing this liaison.

PENGENALAN

Antara tugas pengamal perhubungan awam dalam urusan seharian adalah mewujudkan hubungan yang baik dengan pihak media massa. Pihak media massa yang dimaksudkan ialah editor, penerbit, pemberita dan jurugambar yang bertugas di media cetak dan elektronik. Mereka adalah penentu sama ada maklumat tentang sesebuah organisasi itu disiarkan atau sebaliknya di dalam media tempat mereka bertugas.

Bagi memastikan liputan yang dibuat itu disiarkan, tugas penting seseorang pengamal perhubungan awam adalah mewujudkan hubungan yang baik dengan pihak media massa termasuk membantu mereka ketika menjalankan tugas, membantu menyediakan bahan-bahan maklumat yang diperlukan serta memudahkan mereka mendapatkan berita yang sebenar. Di samping itu, pengamal perlu menjaga sensitiviti petugas media agar tidak timbul masalah ketika berurusan dengan mereka.

Walaupun tugas ini pada lazimnya nampak mudah, tetapi sebenarnya merupakan satu cabaran bagi setiap pengamal perhubungan awam yang terlibat secara langsung dengan pihak media massa. Cutlip, Center dan Broom (1994) menegaskan bahawa pengamal perhubungan awam adalah orang tengah antara organisasinya dengan media massa. Pengamal yang bertanggungjawab yang berurusan dengan pihak media mestilah membina dan mengekalkan perhubungan di mana kedua-dua belah pihak mempercayai dan menghormati antara satu sama lain. Pengamal mestilah mendapat keyakinan daripada organisasi dan pihak media agar pengamal itu *efektif* sebagai perantara. Dalam hal berkaitan, pengamal perhubungan awam perlu sentiasa bersedia menangani cabaran ini. Ini kerana perhubungan yang diwujudkan dengan media massa bukanlah perkara yang

harus dipandang ringan oleh setiap pengamal perhubungan awam. Perhubungan media yang baik dan *efektif* perlu dibentuk berdasarkan inisiatif pengamal perhubungan awam itu sendiri.

KEPENTINGAN MEDIA MASSA

Walter Lippman pernah menegaskan bahawa media massa bertanggungjawab membentuk persepsi individu tentang keadaan sebenar sesuatu situasi. Tidak kira sama ada pembaca, penonton atau pendengar akan menganggap apa yang dibaca, dilihat dan didengar melalui media massa adalah keadaan sebenar yang berlaku. Apa yang dilaporkan oleh pihak media massa akan mempengaruhi apa yang akan diketahui dan dipelajari oleh mereka yang menggunakan media massa tersebut sebagai sumber maklumat (Adzman: 1993). Sebelum ini banyak kajian dilakukan oleh sarjana-sarjana Barat untuk mengetahui sejauh mana kemampuan media massa mempengaruhi publik daripada segi idea, sikap dan perlakuan. Maka wujudlah beberapa teori Kesan Langsung (Direct Effects) yang mengandaikan pengaruh media ke atas publiknya.

Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw dalam rencana mereka bertajuk “Fungsi Pembentukan Agenda Media Massa”, berasa ghairah melihat kesan langsung media terhadap masyarakat. Menurut mereka, para pengkaji media tidak memperhitungkan maklumat pengetahuan pengaruh kognitif media. Kajian pembentukan agenda yang meneroka betapa pentingnya media dalam mempengaruhi pemikiran rakyat hanya menekankan peranan akhbar dalam kempen pilihan raya. Sementara L. John Martin dalam rencananya, “Teori Politik tentang potensi Media Massa dalam Kempen Politik”, membincangkan penemuan kajian baru berhubung dengan tugas media dalam mencari maklumat dan penggunaannya. Beliau merumuskan bahawa media massa bukan hanya memberitahu publik apa yang perlu difikirkan bahkan berpengaruh untuk menentukan isu penting yang mahu mereka bincangkan (dalam Dennis, Ismach dan Gillmor: 1994).

Pengamal perhubungan awam adalah orang tengah antara organisasi dengan pihak media massa. Tentunya ini satu tugas yang rumit dan jika tidak dapat ditangani secara profesional dan dengan sebaiknya akan menimbulkan masalah sama ada pada pihak organisasi, media massa atau diri pengamal sendiri. Sebagai seorang profesional dan beriltizam, pengamal perhubungan awam ingin memenuhi kehendak organisasinya sementara pihak media mempunyai matlamat yang perlu dipenuhi. Untuk mencari jalan tengah dengan memberi kepuasan kepada kedua belah pihak adalah suatu tugas yang berat lagi merumitkan, tetapi tidak mustahil untuk dilakukan. Situasi ini selaras dengan pendapat Henry Rogers yang antara lain menyebut: “Sering kali dalam sesuatu perhubungan media, seseorang pengamal perhubungan awam diibaratkan seperti diikat dengan tali yang kuat menyebabkannya sukar untuk bergerak. Kehendak siapa perlu dipenuhi...pihak wartawan atau organisasi tempat dia bekerja?” (Adzman Abbas: 1993).

Media massa yang terdiri daripada media cetak dan elektronik amat penting kepada setiap pengamal perhubungan awam kerana keupayaannya mempengaruhi publik. Media massa mempunyai ramai penonton, pembaca dan pendengar kerana ia merupakan alat untuk mendapatkan maklumat dan berita. Di United Kingdom, sebanyak 30.5 juta peti televisyen dan 84.5 juta radio dimiliki oleh sebahagian daripada 59,647,790 penduduk. Di Jepun pula, 126,771,662 penduduk memiliki 86.5 juta peti televisyen dan 120.5 juta radio. Sementara China, negara yang mempunyai penduduk terbanyak di dunia iaitu 1.2953

bilion mempunyai 27,000 jenis surat khabar dan majalah, 10,000 stesen radio dan 3,000 stesen televisyen. Mesir, yang terletak di utara Benua Afrika dengan penduduk berjumlah 69.5 juta, memiliki 7.7 juta peti televisyen dan 20.5 juta buah radio.

Menurut Baran (2002) di Amerika Syarikat hampir 60 juta naskhah surat khabar terjual setiap hari, dan 6 daripada 10 penduduk membaca surat khabar setiap hari. Pada masa kini, terdapat 9,324 buah surat khabar beroperasi. Bagi akhbar harian, setiap hari sebanyak 56.2 juta naskhah dan 70 juta akhbar mingguan beredar dalam pasaran. Sekiranya dicampur dengan mereka yang tidak membeli tetapi membaca surat khabar, jumlah yang terdedah kepada media ini bertambah kepada 132 juta orang sehari dan 200 juta orang pada hari minggu. Bagi kategori majalah, pada tahun 1950 terdapat sebanyak 6,950 jenis yang dijual dan kini mencecah 22,000 jenis termasuk 12,000 majalah pengguna. Dari segi edaran majalah *Reader's Digest* menjadi majalah terlaris dengan 12.6 juta naskhah, diikuti *TV Guide* (11.1 juta naskhah) dan *National Geographic* (8.5 juta). Bagi kategori media elektronik, di Amerika Syarikat terdapat 756.5 juta radio, iaitu 367.4 juta radio di rumah, 186.5 juta dalam kereta dan 22.6 juta di tempat kerja. Manakala 102.7 juta peti televisyen dimiliki penduduk di negara tersebut.

Di negara ini, surat khabar merupakan media yang mempunyai ramai pembaca dan peminat setia. Pada masa ini pelbagai surat khabar diterbitkan dalam pelbagai bahasa, iaitu *Utusan Malaysia*, *Berita Harian* dan *Harian Metro* dalam Bahasa Malaysia; *The New Straits Times*, *The Star*, *The Sun* dan *The Malay Mail* (Bahasa Inggeris); *Sin Chew Jit Pow* dan *Nan Yang Siang Pau* (Bahasa Cina) serta *Tamil Nesan* (Bahasa Tamil). Pelbagai majalah juga boleh diperolehi di pasaran termasuk *Mastika*, *Mangga*, *Wanita*, *Jelita*, *Massa*, *Dewan Masyarakat*, *Business Times* dan *Female*.

Setiap hari ratusan ribu akhbar harian dicetak dan dilanggan oleh pembaca. Laporan tahunan *Audit Bureau of Circulations* (ABC) menunjukkan bagi kategori akhbar harian, *Utusan Malaysia* dijual secara purata sebanyak 235,483 naskhah sehari, *Berita Harian* 222,142 naskhah, *The Star* sebanyak 279,647 naskhah, *The New Straits Times* berjumlah 136,273 naskhah, akhbar *Sin Chew Jit Poh* 285,860 naskhah dan *Nan Yang Siang Pau* 163,219 naskhah. Bagi akhbar mingguan, *Mingguan Malaysia* terjual secara purata sebanyak 527,888 naskhah, diikuti *Berita Minggu* sebanyak 321,898 naskhah, *Sunday Star* sebanyak 292,408 naskhah dan *New Sunday Times* sebanyak 155,565. Bagi kategori majalah, *Mastika* mencatat jualan sebanyak 288,465 naskhah sebulan, diikuti *Mangga* 190,227, *URTV* (107,163 naskhah), *Wanita* (89,072) dan *Jelita* (53,434) (*Mingguan Malaysia*; 3 Mac 2002).

Dalam perkembangan media elektronik, statistik tahun 2001 menunjukkan penduduk Malaysia memiliki 10.8 juta peti televisyen dan 10.9 juta radio. Televisyen mula diperkenalkan di negara ini pada 28 Disember 1963. Pada masa ini, terdapat beberapa saluran televisyen termasuk TV1, TV2, TV3, NTV7 serta rangkaian Astro. Perkhidmatan radio di Malaysia bermula pada 1 April 1946 di Singapura, dikenali sebagai Radio Malaya. Selepas kemerdekaan, perkhidmatan radio di negara ini dipindahkan ke Kuala Lumpur pada 1 Februari 1959. Kini, pelbagai siaran diwujudkan dan ditambah, malah ada saluran yang beroperasi selama 24 jam. Di antara saluran radio ialah Radio 1, Radio Muzik, Radio Malaysia Kuala Lumpur, Radio 4, RIMA 93.9 FM, MIX FM, HITZ.FM, wowfm, Red 104.9 dan Radio IKIM.

Statistik yang dinyatakan di atas menunjukkan bahawa ramai di kalangan penduduk di negara ini dan di beberapa negara lain berkemampuan memiliki dan terdedah kepada media massa, sama ada media cetak mahupun elektronik. Oleh kerana ramai yang terdedah kepada media massa, sudah tentu media tersebut merupakan alat yang paling berkesan untuk menyampaikan maklumat organisasi kepada publik melalui usaha-usaha publisiti dan promosi yang dilakukan oleh pengamal perhubungan awam. Pengamal perhubungan awam harus bijak menggunakan saluran media yang sesuai berdasarkan jenis perniagaan dan perkhidmatan yang dijalankan oleh organisasinya. Dengan perkataan lain, pengamal perhubungan awam tidak boleh menggunakan semua jenis media yang wujud di negara ini untuk tujuan publisiti dan promosi organisasi.

PERANAN PENGAMAL DALAM MENDAMPINGI MEDIA

Seseorang pengamal perhubungan awam perlu memahami peranan dan tugas mereka dalam mendampingi media. Keupayaan seseorang pengamal mewujudkan hubungan yang baik dengan media massa merupakan asas dalam kejayaan amalan perhubungan awam. Melalui hubungan yang baik ini, seperti wujud perasaan saling hormat menghormati, melayani wartawan dengan baik, bersikap mesra, sentiasa mewujudkan komunikasi dua hala antara pengamal perhubungan awam dan media massa, tentunya akan dapat menghindarkan masalah antara satu sama lain.

Keupayaan seseorang pengamal perhubungan awam mewujudkan hubungan yang baik dan positif ini mampu menaikkan citra organisasinya melalui laporan dan hasil-hasil yang positif. Dan, pastinya setiap organisasi ingin imejnya sentiasa positif dan cemerlang supaya dihormati oleh masyarakat.

Sebenarnya, dalam mendampingi media, seseorang pengamal perhubungan awam perlu mengetahui peranan dan tugas yang dimainkan. Peranan dan tugas ini boleh dibahagikan kepada tiga peringkat:

1. Peranan dan tugas sebelum aktiviti berlangsung
2. Peranan dan tugas semasa aktiviti berlangsung
3. Peranan dan tugas selepas aktiviti berlangsung

PERANAN DAN TUGAS SEBELUM AKTIVITI BERLANGSUNG

Ini adalah peringkat pertama yang perlu dilakukan oleh pengamal perhubungan awam dalam melakukan publisiti bagi sesuatu aktiviti, program atau majlis yang akan diadakan oleh organisasinya. Dengan cara ini akan dapat menghebahkan dan menonjolkan aktiviti atau majlis yang bakal dijalankan itu melalui penyiaran berita atau kenyataan media yang disiarkan di media massa sama ada di media cetak atau elektronik. Terdapat beberapa cara untuk melakukan hebahan awal ini.

1. Pengamal perhubungan awam perlu menyediakan kenyataan akhbar yang memuatkan maklumat penting tentang aktiviti atau majlis yang bakal diadakan. Pada kebiasaannya teks kenyataan akhbar ini antara satu hingga dua halaman kertas bersaiz A4. Kenyataan akhbar ini hendaklah dihantar ke pihak media massa, sama

ada dengan tangan kepada editor atau penerbit, atau melalui pos biasa atau menggunakan kemudahan faksimili. Maklumat yang jelas, penting serta tidak terlalu panjang akan memudahkan pihak media massa menyiarkannya. Bagi media televisyen, bahan visual berkaitan boleh diserahkan kepada stesen televisyen berkenaan untuk disiarkan. Pengamal perhubungan awam harus membuat susulan dengan menghubungi editor berkenaan melalui telefon atau e-mel tentang kenyataan media tersebut dengan menanyakan sama ada maklumat itu telahpun sampai kepadanya (sekiranya diposkan), atau mungkin bertanyakan tentang kandungan kenyataan media itu tidak mengelirukan atau tidak difahami.

2. Pengamal perhubungan awam boleh menguruskan sesi sidang media bagi menghebahkan aktiviti atau majlis yang akan diadakan itu dengan menjemput semua wakil media massa. Walau bagaimanapun, pengamal perlu pastikan adakah aktiviti atau majlis itu mempunyai nilai berita yang tinggi. Sekiranya tidak, sudah tentu usaha ini sia-sia kerana tiada wakil media yang datang membuat liputan.
3. Pengamal perhubungan awam boleh mengambil inisiatif dengan cuba mendapatkan slot dalam media elektronik iaitu televisyen dan radio. Ingin dijelaskan di sini bahawa seperti media cetak, media televisyen dan radio mempunyai slot dan waktu siaran yang telah ditentukan. Pengusaha hanya memberi slot sekiranya aktiviti atau majlis itu penting, menarik dan bersifat nasional atau antarabangsa yang boleh memberi kepentingan dan manfaat kepada banyak pihak. Jika diterima, sediakan bahan-bahan yang sesuai termasuk visual dan personaliti yang bakal muncul di televisyen. Jika tidak, usaha ini sukar mendapat kerjasama daripada pihak media elektronik memandangkan mereka juga mendapat permintaan daripada pihak-pihak yang berminat mengadakan publisiti bagi organisasi masing-masing.
4. Pengamal perhubungan awam perlu menjemput semua wakil media massa untuk membuat liputan pada hari berlangsungnya aktiviti atau majlis itu. Jemputan itu perlu dilakukan lebih awal dan elakkan melakukannya pada saat-saat akhir. Pastikan maklumat dalam kad jemputan itu betul dan tepat agar tidak timbul kesulitan kepada pihak media untuk membuat liputan. Misalnya, jika majlis itu berlangsung mulai jam 9.00 pagi, adalah lebih baik menjemput pihak media massa pada jam 8.45 pagi dengan tujuan memberi keselesaan kepada mereka dan masih ada masa sekiranya berlaku sedikit kelewatan untuk hadir ke tempat majlis berlangsung.

PERANAN DAN TUGAS SEMASA AKTIVITI BERLANGSUNG

Peranan dan tugas pengamal perhubungan awam lebih berat semasa berlangsungnya sesuatu aktiviti atau majlis. Mereka perlu menyediakan semua bahan dan maklumat yang berkaitan dengan aktiviti atau majlis. Pengamal juga perlu mengetahui banyak perkara tentang aktiviti atau majlis itu. Ini perlu kerana sekiranya ditanya oleh wartawan atau jurugambar tentang majlis, akan memudahkan pengamal memaklumkan kepada mereka. Jika tidak, tentunya akan menimbulkan masalah kepada pengamal perhubungan awam. Pengamal perhubungan awam perlu memastikan bahan yang disediakan itu diterima oleh semua wakil media massa. Sekiranya tidak mencukupi, beliau hendaklah menyediakan dan serahkannya kepada wakil media sebelum aktiviti atau majlis itu ditamatkan.

Pada kebiasaannya, dalam setiap majlis atau aktiviti akan diadakan sesi sidang media. Ini biasanya atas permintaan pihak media massa atau penganjur sendiri. Pengamal perhubungan awam perlu memastikan tempat untuk sidang media itu, selesa dan tidak jauh daripada tempat majlis berlangsung. Kadang-kala, tanpa dijangka, sidang media itu hanya diadakan di meja jamuan atau tempat-tempat yang dirasakan selesa. Sebagai pengamal perhubungan awam, suasana sebegini tidak perlu dibimbangkan dan harus akur dengan keadaan begitu.

Semasa sidang media berlangsung, pengamal perhubungan awam selain mengurus media massa, perlu mendampingi ketua organisasi agar dapat membantunya semasa menjawab pertanyaan atau menyampaikan maklumat kepada media massa. Kadang-kala, ketua organisasi akan merujuk kepada pengamal perhubungan awam sekiranya beliau tidak begitu jelas tentang sesuatu fakta. Oleh itu, pengamal perhubungan awam perlu bersedia dan tidak panik dalam menghadapi situasi sebegini.

Selepas tamat aktiviti, majlis dan sidang media, pengamal perhubungan awam perlu memastikan bahawa segala maklumat yang diperlukan oleh wakil media itu diperolehi. Jika tidak, bantu mereka dengan mendapatkan maklumat seperti yang diperlukan. Ini bertujuan mengelakkan daripada mereka menghubungi semula pengamal perhubungan awam bagi mendapatkan maklumat atau perkara-perkara yang kurang jelas.

Sebelum mereka pulang, ucapkan terima kasih serta berikan senyuman kepada mereka. Ini sebagai tanda penghargaan atas usaha mereka datang dan membuat liputan aktiviti atau majlis yang dianjurkan itu. Terdapat juga organisasi yang memberikan cenderamata kepada wartawan dan jurugambar sebagai tanda terima kasih dan penghargaan.

PERANAN DAN TUGAS SELEPAS AKTIVITI BERLANGSUNG

Peranan dan tugas pengamal perhubungan awam tidak akan berakhir apabila berakhirnya sesuatu aktiviti atau majlis. Pengamal perhubungan awam perlu memastikan aktiviti atau majlis itu disiarkan di media massa. Dan, jika boleh, semua wakil media massa yang hadir menyiarkan liputan tentang aktiviti atau majlis itu. Sekiranya disiarkan sudah tentu usaha yang dilakukannya itu berjaya dan berkesan. Penyiaran bahan itu oleh media massa merupakan publisiti kepada organisasinya. Ini akan memberi kepuasan kepada pengamal perhubungan awam kerana usaha gigihnya berhasil. Tambahan pula mendapat pujian daripada ketua organisasinya. Tetapi sekiranya tidak disiarkan, pengamal perhubungan awam perlu membuat tindakan susulan, misalnya membuat berita atau rencana berhubung dengan aktiviti atau majlis itu dan menghantarnya ke media massa yang tidak membuat liputan atau menyiarkannya. Pengamal perhubungan awam tidak seharusnya memaksa atau mendesak pihak media massa menyiarkan berita berkaitan dengan aktiviti atau majlis itu. Ini hanya akan menjatuhkan imej pengamal perhubungan awam sendiri. Pengamal perhubungan awam perlu akur dengan keputusan pihak media massa jika tidak menyiarkannya. Ini kerana keputusan sama ada untuk menyiarkan atau tidak berita tentang organisasi kita bergantung kepada pihak media massa.

KEPERLUAN PUBLISITI DI MEDIA MASSA

Publisiti rasmi oleh organisasi di media dilakukan dengan dua cara, iaitu melalui kenyataan/siaran media dan persidangan media. Kenyataan media hanya melibatkan penghebahan melalui surat kenyataan yang dihantar ke media massa yang ditandatangani oleh ketua organisasi atau pengamal perhubungan awam. Sementara persidangan media pula dilakukan di dalam satu majlis dengan lebih teratur. Persidangan media akan disampaikan oleh ketua organisasi kepada wakil-wakil media yang hadir.

Kenyataan media dan persidangan media yang dilakukan oleh sesebuah organisasi bertujuan menghebahkan program, aktiviti atau maklumat terkini organisasi yang perlu diketahui oleh publik. Di universiti, misalnya, kenyataan media yang dikeluarkan oleh Bahagian Perhubungan Awam adalah berkaitan aktiviti akademik, aktiviti pelajar, seminar, penemuan penyelidikan dan aktiviti-aktiviti tahunan. Publisiti seumpama ini akan dapat menonjolkan citra organisasi pada kacamata publik. Usaha positif ini perlu dilakukan secara berterusan dari semasa ke semasa tetapi tidak terlalu kerap. Tanpa usaha mengeluarkan kenyataan media atau mengadakan persidangan media, aktiviti-aktiviti yang dianjurkan atau program yang berlangsung di dalam organisasi tidak diketahui oleh publik. Keadaan ini akan memberi implikasi negatif terhadap imej organisasi. Misalnya, organisasi akademik seperti universiti sentiasa bergerak aktif dengan pelbagai aktiviti berbentuk akademik dan bukan akademik. Sekiranya tidak dihebahkan, sudah tentu publik tidak mengetahui apakah aktiviti yang berlaku di universiti. Ini akan menimbulkan tanggapan yang tidak sihat di kalangan publik yang berpendapat bahawa universiti adalah organisasi yang pasif. Selain itu, objektif sesuatu aktiviti yang dianjurkan yang ingin dihebahkan kepada publik tidak akan tercapai tanpa adanya publisiti melalui kenyataan media atau persidangan media.

Pengamal perhubungan awam perlu merancang untuk mengeluarkan kenyataan media atau mengadakan persidangan media kepada media massa. Beliau harus menentukan apakah isu yang boleh dihebahkan melalui kenyataan media atau mengatur persidangan media. Sebagai contoh, sebuah organisasi ingin menganjurkan seminar yang membuka penyertaannya kepada publik. Cara hebahan yang sesuai adalah melalui kenyataan media sahaja. Jika satu penyelidikan berjaya menyumbang penemuan baru yang julung-julung kali di negara ini atau sekumpulan pakar perubatan berjaya melakukan pembedahan bersejarah di negara ini ke atas anggota pesakit, hebahan aktiviti ini harus dilakukan melalui persidangan media. Cara ini akan memberi peluang yang lebih kepada kedua belah pihak, penyelidik atau doktor tersebut dan wakil media untuk berinteraksi dan berbincang dengan lebih lanjut tentang sesuatu penemuan atau kejayaan itu.

Dalam keghairahan mengeluarkan kenyataan media atau mengadakan persidangan media, pengamal perhubungan awam perlu menjaga sensitiviti pihak media. Pengeluaran kenyataan media yang kerap akan menimbulkan kesulitan kepada pihak media untuk memilih yang mana mempunyai nilai berita dan yang paling penting untuk disiarkan. Oleh itu, pengamal perhubungan awam perlu menilai bahan-bahan yang boleh dianggap penting untuk dikeluarkan dalam bentuk kenyataan media atau persidangan media. Sebagai contoh, di universiti, sebarang kenyataan media dinilai dan ditapis terlebih dahulu dan dikeluarkan oleh bahagian perhubungan awam dari semasa ke semasa secara berterusan tetapi tidak terlalu kerap. Memandangkan aktiviti-aktiviti yang berlangsung di universiti agak kerap dan setiap satunya berbeza serta mempunyai nilai berita yang berbeza, maka

pada kebiasaannya setiap kenyataan media dikeluarkan sekali atau dua kali dalam seminggu. Manakala persidangan media yang diuruskan oleh pejabat perhubungan awam adalah sebanyak satu atau dua kali setahun. Misalnya, di universiti, salah satu sidang media yang diadakan ialah tentang pengumuman majlis konvokesyen dan pesta konvokesyen yang dianggap aktiviti-aktiviti rasmi tahunan universiti yang besar.

PENGURUSAN KRISIS PERHUBUNGAN AWAM

Krisis adalah sesuatu yang tidak boleh diduga berlaku tetapi seseorang pengamal perhubungan awam boleh meramal bahawa sesuatu itu mungkin berlaku ke atas organisasinya. Krisis seperti kemalangan, kebakaran, mogok dan kecacatan dalam keluaran sememangnya cuba dielakkan oleh organisasi. Apabila berlaku krisis, pengamal perhubungan awam perlu bertindak pantas dan bersiap sedia khususnya dalam menangani maklum balas dan pertanyaan pihak media dan publik. Pihak media amat sensitif dan berminat untuk melaporkan kejadian berbentuk krisis kerana ia adalah bahan berita yang bernilai.

Sebagai contoh, pada tahun 2001, telah berlaku satu krisis di Universiti Malaya (UM) yang turut mengejutkan seluruh negara iaitu tragedi kebakaran Dewan Tuanku Canselor (DTC) yang menjadi mercu tanda dan kebanggaan universiti tertua di negara ini. Dalam menangani krisis seumpama ini yang belum pernah berlaku di UM, pengamal perhubungan awam seharusnya menangani dengan berhati-hati dan sebaik mungkin agar tidak menjejaskan imej UM. Ini kerana tanpa penyaluran maklumat yang tepat dan cepat kepada media, publik boleh membuat pelbagai andaian tentang punca kejadian itu seperti perbuatan khianat, litar pintas, kecuaiian dan kurang pemeriksaan keselamatan oleh pihak universiti. Ini akan meninggalkan satu persepsi negatif seterusnya menjejaskan imej UM. Dalam mengendalikannya, beberapa perkara boleh dijadikan panduan oleh pengamal perhubungan awam mengenai perhubungan media sewaktu berlaku krisis dalam organisasi seperti yang disarankan oleh beberapa sarjana termasuk Cutlip *et. al* (1994), Keen & Greenall (1987) dan Hamdan (1993).

1. Pengamal perhubungan awam perlu bertenang dan memberi kerjasama ketika menangani pihak media yang inginkan bahan terkini untuk dilaporkan.
2. Penyiaran maklumat secepat mungkin amatlah penting. Oleh itu pengamal perhubungan awam harus mendapatkan dan menyediakan maklumat mengenai krisis yang melanda secepat yang mungkin untuk disampaikan kepada media. Dengan kata lain, pengamal perlu proaktif dengan menyediakan maklumat dan menghantar kepada media sebelum ditanya oleh mereka.
3. Cuba kurangkan halangan-halangan yang mungkin wujud antara pengamal dengan pihak media. Ini kerana semakin dihalang, maka semakin kuatlah desakan mereka untuk mendapatkan bahan berita. Ada kemungkinan mereka menyyaki pihak organisasi cuba menyembunyikan sesuatu fakta daripada mereka.
4. Pengamal tidak boleh bersikap pilih kasih apabila menyalurkan maklumat. Sebaliknya, sampaikankannya kepada semua media secara adil.

5. Berikan maklumat yang tepat dan betul kepada pihak media mengenai krisis tersebut. Jangan mengandai, memalsu atau mereka cerita mengenai krisis itu. Dapatkan maklumat daripada pihak yang tahu.
6. Jika tidak dapat menyediakan maklumat mengenai krisis itu pada masa yang diperlukan oleh pihak media, berikan sebab yang boleh diterima.
7. Sebagai pengamal perhubungan awam, benarkan nama anda atau ketua organisasi digunakan oleh pihak media sebagai jurucakap organisasi. Dalam pelaporan berita, sumber yang sahih amat penting untuk mengukuhkan sesuatu berita.
8. Pastikan kepada wartawan mana anda telah menyalurkan maklumat krisis tersebut. Sekiranya diperlukan, dapatkan nama dan nombor telefon agar mudah dihubungi.
9. Jika terdapat staf atau sesiapa sahaja yang cuba menyelamatkan nyawa atau harta benda, maklumkan kepada pihak media. Ini sebagai satu usaha memberi penghargaan dalam bentuk publisiti kepada mereka yang membantu.
10. Selalu kemukakan yang positif. Jika perhubungan awamnya baik, maka imej organisasi tidak sahaja terjamin, malah mungkin mendapat pujian daripada pihak media dan publik.

MEWUJUDKAN HUBUNGAN BAIK DENGAN MEDIA MASSA

Pengamal perhubungan awam, harus mengambil inisiatif dengan mewujudkan hubungan yang sebaik mungkin dengan kakitangan media, iaitu editor, penerbit, pemberita dan jurugambar agar publisiti yang dilakukan mencapai kejayaan. Beberapa sarjana termasuk Cutlip *et. al* (1994), Henkin (1977), Hamdan (1993), Adzman (1993) dan Schwager (1998) menggariskan beberapa perkara yang boleh dijadikan panduan dalam mewujudkan hubungan yang baik dengan pihak media massa.

1. Pengamal perhubungan awam perlu sentiasa memberi kerjasama kepada pihak media massa dalam membuat liputan berita atau rencana tentang organisasinya.
2. Menawarkan perkhidmatan tambahan kepada media. Cara yang paling cepat dan berkesan untuk mendapatkan kerjasama wartawan ialah dengan membekalkan berita yang menarik dan bertepatan dengan masa, cerita dan gambar tentang sesuatu kejadian yang boleh digunakan terus. Pengamal perlu memahami bahawa wakil media sering bekerja di bawah tekanan masa, terutama untuk menyiapkan sesuatu tugas sebelum tarikh akhirnya. Maka pengamal perhubungan awam perlu peka bila ingin menghantar sesuatu maklumat kepada media berdasarkan masa panduan media (*media's lead time*).
3. Masa panduan media juga perlu diambil perhatian oleh pengamal. Masa panduan bermaksud tempoh masa yang diperlukan oleh media untuk menerima bahan dan kemudiannya menjadikannya berita untuk disiarkan. Panduan ini juga menentukan masa yang sesuai untuk pengamal menghantar bahan kepada media massa.
4. Jangan merayu atau mendesak pihak media menyiarkan berita. Perbuatan ini akan menimbulkan rasa kurang senang wartawan atau editor. Wartawan dan editor berpengetahuan dan berkemahiran untuk menilai sesuatu berita secara profesional.

5. Jangan meminta supaya pihak media menyembunyikan sesuatu berita tentang organisasi. Pengamal tiada hak meminta pihak media menyembunyikan sesuatu berita, khususnya berita negatif daripada pengetahuan umum. Cara ini merupakan suatu penghinaan kepada media massa kerana ia mengkhianati kepercayaan publik kepada media.
6. Jangan membebankan pihak media dengan maklumat yang banyak dan kurang penting. Seorang pengamal perhubungan awam akan lebih dihormati oleh media jika tahu apakah maklumat yang tepat dan sesuai yang harus dihantar kepada media. Oleh itu, pengamal harus menghantar bahan berita yang bertepatan yang dianggap oleh pihak media sebagai berita.
7. Sentiasa bersifat mesra dan bersikap positif terhadap editor, wartawan dan jurugambar yang membuat liputan di organisasi.
8. Pengamal perhubungan awam perlu bersedia membantu serta senang dihubungi oleh media massa apabila diperlukan walaupun semasa berada di luar waktu pejabat, misalnya di rumah.
9. Pengamal perhubungan awam bertindak sebagai orang tengah antara media massa dan publik dalam organisasi sekiranya dikehendaki berbuat demikian. Misalnya, pihak media ingin menemu bual seorang penyelidik tentang hasil penyelidikan maka pengamal perhubungan awam perlu menguruskan temu bual tersebut. Ini tentunya memudahkan pihak media massa.
10. Hubungi dan kunjungi pihak media massa seperti editor dan pemberita dari semasa ke semasa. Cara ini akan mengeratkan lagi hubungan di antara kedua belah pihak. Selain itu, memberi peluang kepada pengamal perhubungan awam berbincang dengan editor berhubung publisiti organisasinya.
11. Pengamal perhubungan awam perlu mengedarkan kad nama yang mengandungi nama, alamat dan talian yang boleh dihubungi kepada pihak media massa. Ini bertujuan memudahkan pihak media massa menghubungi sekira perlu dari semasa ke semasa.
12. Pengamal perhubungan awam boleh mengambil inisiatif dengan mengirim kad-kad ucapan termasuk kad ucapan Selamat Hari Raya atau Tahun Baru Cina kepada pihak media massa sebagai tanda ingatan dan ucapan terima kasih kepada media massa.
13. Mengagihkan berita organisasi dengan bijak dan adil. Pengamal tidak harus mempunyai sikap pilih kasih terhadap mana-mana media. Berita tentang organisasi harus dibahagikan secara saksama kepada semua media. Jika terdapat wartawan berusaha mendapat bahan lebih daripada yang diberikan, pengamal harus bekerjasama dengan wartawan dan tidak harus memberikan maklumat tambahan ini juga kepada wartawan lain yang tidak berusaha untuk mendapatkannya.
14. Berdasarkan pengalaman penulis, Bahagian Perhubungan Awam boleh memikirkan untuk mengadakan satu majlis khas untuk meraikan pihak media massa setahun sekali. Misalnya, mengadakan Malam Mesra Media Massa. Pada majlis itu, selain diraikan dengan jamuan, boleh diberikan juga anugerah penghargaan kepada pihak media massa yang banyak menonjolkan imej organisasi kita. Ini adalah di antara kegiatan yang boleh mengeratkan hubungan antara media dan organisasi.

Selain perkara-perkara di atas, pengamal perhubungan awam harus menerima atau akur dengan keputusan pihak media jika tidak menyiarkan berita atau bahan berkaitan organisasi walaupun ada wartawan datang ke organisasi untuk membuat liputan.

GARIS PANDUAN UNTUK BEKERJA DENGAN MEDIA

Berdasarkan prinsip-prinsip media yang bebas dan berdikari serta pengamal yang berpengalaman yang berpegang kepada prinsip perhubungan awam yang kuat, Cutlip, Center dan Broom (1994) telah menggariskan 10 perkara yang boleh dijadikan panduan kepada para pengamal perhubungan awam apabila bekerja dengan pihak media. Pandangan di bawah ini boleh membantu pengamal perhubungan awam membina dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pihak media.

1. Bersuara daripada sudut pandangan minat publik dan bukan organisasinya. Sebagai contoh, sebuah syarikat minuman ringan telah melancarkan suatu kempen mengumpul dan mengitar semua botol-botol tersebut bagi mengelakkan pencemaran alam sekitar yang boleh mengganggu dan menyusahkan masyarakat.
2. Menghasilkan berita yang mudah dibaca dan digunakan. Pengamal harus menggunakan tajuk berita yang pendek, yang dapat menarik perhatian ramai dan pengguna yang berpotensi mengenai topik itu. Gunakan bahasa yang mudah difahami dan jangan gunakan akronim yang asing atau istilah-istilah teknikal.
3. Jika anda tidak mahu sesetengah kenyataan dipetik, jangan lakukan. Pengamal perhubungan awam harus mengelak daripada bercakap sesuatu yang tidak ada kaitan atau "off the record" kerana kenyataan seperti itu boleh diterbitkan tanpa sumber. Sesetengah organisasi berita melarang wartawannya menerima maklumat seperti itu.
4. Menyatakan fakta yang paling penting dahulu. Dalam sesuatu sidang media, pengurus perhubungan awam perlu menyampaikan perkara atau fakta yang paling penting dahulu, kemudian barulah fakta-fakta sampingan atau fakta yang menyokong hasil atau keputusan yang paling penting. Ini kerana wartawan lebih berminat untuk mengetahui apakah fakta atau perkara yang paling penting terlebih dahulu.
5. Jangan berdebat atau marah dengan wartawan. Pengamal perhubungan awam harus faham bahawa wartawan berusaha mencari berita atau cerita yang menarik dan mereka banyak menempuh rintangan untuk mendapatkannya.
6. Jika sesuatu soalan mengandungi bahasa yang tidak sesuai atau perkataan yang anda tidak suka, jangan ulangnya atau menafikannya.
7. Jika wartawan bertanya soalan secara terus-terang, jawab soalan itu dengan terus terang. Jika jawapan yang sesuai adalah 'ya' atau 'tidak', pengamal perlu memberi jawapan begitu dan jangan berkata apa-apa lagi.
8. Jika seorang jurucakap (pengamal perhubungan awam) tidak tahu jawapan kepada sesuatu soalan, dia mungkin dengan mudah akan menjawab, "saya tidak tahu" atau "saya akan mendapatkan jawapan untuk anda." Ini adalah satu tanggungjawab yang harus dilakukan dengan membekalkan maklumat secepat mungkin. Adalah lebih baik membuat persediaan untuk temu bual itu dengan menyediakan soalan yang mungkin ditanya wartawan, jawapan yang jelas dan kemudiannya membuat latihan temu bual dengan seseorang lain.
9. Perlu bercakap benar, walaupun ia menyakitkan atau berisiko. Jangan menganggap bahawa berita buruk atau negatif akan berlalu begitu sahaja ataupun media akan mengabaikannya. Layanilah berita buruk sama seperti berita lain dan sediakannya dengan sebaik mungkin dan sampaikan kepada media. Ini mungkin merupakan suatu keadaan yang paling susah bagi pengurusan atasan yang selalu melihat kerja pengamal menyebarkan berita positif kepada media.
10. Jangan mengadakan sidang media kecuali anda mempunyai sesuatu maklumat yang wartawan pertimbangkan sebagai berita. Jemputan untuk sidang media disebarkan hanya apabila tiada sebarang cara lain untuk mendapatkan liputan penting dalam

media. Perkara yang memerlukan latar belakang dan penjelasan pertanyaan terperinci seperti kejayaan dalam bidang penyelidikan wajar dibentangkan dalam media.

RUMUSAN

Pengamal PR perlu memainkan peranan penting dalam usaha mewujudkan hubungan yang baik dengan media massa. Hubungan yang positif ini sudah tentu bukan sahaja menaikkan imej positif organisasi malah pengamal perhubungan awam turut dikenali, dihormati dan disenangi media massa. Dalam mewujudkan hubungan baik ini, pengamal perhubungan awam perlu mempunyai pengetahuan dan kemahiran tertentu dalam mendampingi media. Ini kerana tanpa pengetahuan dan kemahiran ini akan menimbulkan kesukaran kepada pengamal perhubungan awam dalam usaha mewujudkan hubungan baik antara media massa dan organisasi. Berjaya atau gagal nya hubungan ini banyak bergantung kepada keupayaan pengamal perhubungan awam untuk menanganinya. Apa yang penting ialah pengamal perlu mengelakkan tindakan-tindakan yang boleh menyinggung, menimbulkan kemarahan dan kebencian pihak petugas media.

RUJUKAN

- Adzman Abbas. 1993. *Perhubungan Awam dan Media*. Petaling Jaya: Longman.
- Astrid S. Susanto. 1987. *Komunikasi: Teori dan Praktis*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka
- Baran, Stanley J. 2002. *Introduction to Mass Communication-Media Literacy and Culture* (2nd. ed.). Boston: McGraw Hill.
- Berlo, D.K. 1960. *The Process of Communication: Theory and Practice*. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Blumenthal, L. Ray. 1972. *The Practice of Public Relations*. London: The MacMillan Company.
- Cline Keen dan John Greenall. 1987. *Public Relations Management in Colleges, Polytechnics and Universities*. Banbury: Heist Publications.
- Cutlip, S.M., Center, A.H. dan Broom, G.M. 1994. *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Dennis, E. E., Ismach, A.H. dan Gillmor, D.M. (1994). *Isu-isu Komunikasi Massa* (Terj. Md. Salleh Kassim). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Jeffkin, F. 1982. *Public Relations: Made Simple*. London: Heinemann.
- Jeffkin, F. 1986. *Planned Press and Public Relations* (2nd ed.). London: Blackie.
- Keen, C. dan Greenall, J. 1987. *Public Relations Management*. Banbury: Mclays.
- Mohd Hamdan Adnan. 1993. *Teknik Perhubungan Awam*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Nolte, L. W. 1979. *Fundamentals of PR*. New York: Pergamon Press.
- Reilly, R.T. 1981. *Public Relations in Action*. New Jersey: Prentice Hall.
- Schwager, M. O. 1998. *Working With the Media: A Primer for Entrepreneurs*. www.mediarelations.com.
- Seitel, Fraser P. 1998. *The Practice of Public Relations* (7th.ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall International.
- Simon, R. 1980. *Public Relations: Concept and Practice* (2nd. ed.). Ohio: Grid Publishing, Inc.
- Syed Arabi Idid. 1994. *Perhubungan Awam di Malaysia: Satu Kajian Tentang Pengamal di Malaysia*. Bangi: Jabatan komunikasi UKM..
- Vincent Lowe. 1986. *Asian Public Relations*. Singapore: Times Book International
- Wan Azmi Ramli. 1991. *Perhubungan Awam di Malaysia*. Petaling Jaya: Longman.
- Wilcox, D. L., Ault, P.H. and Agee, W.K. 1997. *Public Relations: Strategy and Tactics*. New York: Longman.