

STRATEGI BERKESAN DALAM MENGEKAL HUBUNGAN POSITIF DENGAN PETUGAS MEDIA DALAM KONTEKS PERHUBUNGAN MEDIA DI MALAYSIA

Mohd Yahya bin Mohamed Ariffinⁱ, Mohd Faizal Kasmaniⁱⁱ & Muhammad Zaki bin Mustafaⁱⁱⁱ

ⁱ Profesor. Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan (FKP), USIM. mohdyma@usim.edu.my

ⁱⁱ Pensyarah Kanan. Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan (FKP), USIM. faizalkasmani@usim.edu.my

ⁱⁱⁱ Pensyarah. Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan (FKP), USIM. zaki@usim.edu.my

Abstrak

Perhubungan media banyak dicorakkan oleh keupayaan pengamal perhubungan awam mengurus dan membina kerjasama bagi pihak organisasi atau klien dengan petugas media. Sangat penting untuk mereka mewujudkan dan mengatur hubungan positif dengan pihak media. Objektif makalah ini untuk menganalisis strategi-strategi berkesan dalam mengekal hubungan baik dengan petugas media dalam konteks perhubungan media di Malaysia. Dalam proses mendampingi media ini, seseorang pengamal perhubungan awam perlu mengetahui peranan dan tugas yang perlu dimainkan. Peranan dan tugas ini boleh dibahagikan kepada tiga peringkat, iaitu sebelum, semasa, dan selepas program diadakan. Semasa berlaku krisis, pengamal perhubungan awam perlu bertindak pantas dan bersedia sedia khususnya dalam menangani maklum balas dan pertanyaan pihak media dan masyarakat. Mengurus media dalam situasi krisis merupakan elemen yang sangat kritikal. Hal ini kerana pihak media amat sensitif dan berminat untuk melaporkan kejadian berbentuk krisis kerana ia adalah bahan berita yang bernilai. Terdapat beberapa strategi hubungan media yang digariskan oleh para sarjana perhubungan awam yang sesuai dipraktikkan di negara ini. Pengamal perhubungan awam harus mengambil inisiatif untuk memperkukuhkan hubungan positif dengan petugas media supaya publisiti yang dilakukan mencapai objektif organisasi atau klien.

Kata kunci: Petugas media, pengamal perhubungan awam.

PENGENALAN

Salah satu tugas penting pengamal perhubungan awam adalah mengatur hubungan positif di antara organisasi atau klien mereka dengan pihak media, iaitu editor, penerbit dan wartawan. Hal ini kerana, mereka adalah penentu sama ada maklumat mengenai majikan atau klien tersebut disiarkan atau sebaliknya dalam pelbagai jenis media tradisional atau media baharu. Tugas ini dikenali sebagai perhubungan media (Seitel 2014).

Pengamal perhubungan awam berkhidmat dalam organisasi, iaitu majikannya atau memberi perkhidmatan perhubungan awam sebagai perunding kepada klien organisasi dengan bayaran profesional yang dipersetujui. Bagi memastikan liputan yang dibuat itu disiarkan, tugas penting seseorang pengamal perhubungan awam adalah memudahkan tugas dan urusan media semasa berurusan dengan organisasi atau klien masing-masing bagi mendapatkan bahan berita. Pengamal perhubungan awam perlu membantu dan memudahkan mereka dalam mendapatkan berita yang benar, tepat dan terkini. Tugas perhubungan media merupakan satu cabaran bagi setiap pengamal perhubungan awam yang tentunya terlibat secara langsung dengan pihak media.

Dalam hal berkaitan, pengamal perhubungan awam perlu sentiasa bersedia menangani cabaran ini. Menurut Sriramesh (2004), kebanyakan pengamal perhubungan awam bersetuju bahawa mereka telah menggunakan kebanyakan masa untuk tugas perhubungan media kerana media dapat membekalkan publisiti yang luas. Sementara, Cutlip, Center dan Broom (2006) menegaskan bahawa pengamal perhubungan awam merupakan orang tengah di antara organisasinya dengan pihak media. Pengamal yang bertanggungjawab yang berurusan dengan media mestilah membina dan mengekalkan hubungan positif iaitu kedua-dua belah pihak mempercayai dan menghormati di antara satu sama lain. Hal ini kerana, kedua-duanya saling memerlukan di antara satu sama lain. Pihak media mesti mendapatkan bahan dan idea daripada sumber-sumber perhubungan awam, sementara pengamal perhubungan awam pula memerlukan media sebagai wadah untuk memberitahu berita mereka kepada masyarakat (Wilcox dan Cameron 2006).

Makalah ini mengetengahkan secara konsep perhubungan media yang diamalkan berdasarkan tinjauan literatur. Objektif makalah ini untuk menganalisis strategi-strategi berkesan dalam mengekal hubungan positif dengan petugas media berdasarkan perspektif sarjana-sarjana dalam dan luar negara yang boleh dipraktikkan dalam konteks perhubungan media di negara ini.

Definisi dan Kepentingan Perhubungan Media

Perhubungan media pada dasarnya bermakna memperoleh publisiti yang sesuai, atau liputan berita, mengenai aktiviti klien atau organisasi pengamal perhubungan awam (Hendrix 2001).

Guth dan Marsh (2003) menambah bahawa perhubungan media sebagai mengekalkan perhubungan yang memberi faedah bersama di antara organisasi atau klien dan wartawan di satu pihak dengan petugas pelbagai media yang melaporkan tentang aktiviti organisasi atau klien.

Terdapat 15 komponen asas perhubungan awam telah disenaraikan oleh Public Relations Society of America (PRSA) Foundation meliputi kaunseling, penyelidikan, perhubungan media, publisiti, perhubungan pekerja, perhubungan komuniti, hal ehwal awam, hal ehwal kerajaan, pengurusan isu, perhubungan kewangan, perhubungan industri, penajaan dana, perhubungan pelbagai budaya, acara khas dan komunikasi pemasaran (Wilcox, Cameron, Ault & Agee, 2003). Dengan meletakkannya sebagai salah satu daripada komponen perhubungan awam jelas menunjukkan bahawa perhubungan media begitu penting kepada organisasi yang mempunyai unit dan pengamal perhubungan awam. Hal ini diperkukuhkan oleh Howard dan Mathews (2002) yang menegaskan bahawa perhubungan media adalah asas kepada aktiviti-aktiviti perhubungan awam organisasi atau klien.

Menurut Tahir dan Tamam (1989), beberapa kajian lepas mengenai amalan perhubungan awam dalam sektor swasta di Malaysia menunjukkan amalan tersebut tertumpu dalam lingkungan perhubungan media, perhubungan komuniti dan komunikasi dalaman. Sehubungan itu, organisasi atau klien memerlukan pengamal perhubungan awam yang profesional dalam urusan perhubungan media bagi mengekalkan perhubungan yang baik dengan petugas media, memahami 'deadline' dan sekatan (embargo), serta mendapat kepercayaan mereka.

Oleh kerana pengamal perhubungan awam adalah orang tengah di antara organisasi dengan pihak media, tentunya ini satu tugas yang rumit dan jika tidak dapat ditangani secara profesional dan dengan sebaiknya akan menimbulkan masalah sama ada pada pihak organisasi, klien, media atau diri pengamal sendiri. Sebagai seorang profesional dan beriltizam, pengamal perhubungan awam ingin memenuhi kehendak organisasi atau kliennya sementara pihak media mempunyai matlamat yang perlu dipenuhi. Untuk mencari jalan tengah dengan memberi perkhidmatan terbaik dan professional kepada kedua-dua belah pihak maka, adalah suatu tugas yang berat lagi merumitkan, tetapi mampu untuk dilakukan.

Mereka mestilah mendapat keyakinan daripada organisasi atau klien serta media di pihak lain agar efektif sebagai perantara. Dalam perkaitan ini, pengamal

perhubungan awam perlu sentiasa bersedia menangani cabaran. Hal ini kerana, hubungan yang diwujudkan dengan media bukanlah perkara yang harus dipandang ringan oleh setiap pengamal perhubungan awam. Perhubungan media yang positif dan efektif perlu dibentuk berdasarkan inisiatif dan strategi pengamal perhubungan awam itu sendiri.

Keperluan Publisiti di Media

Publisiti rasmi oleh pengamal perhubungan awam bagi pihak organisasi atau klien di media dilakukan dengan tiga cara iaitu melalui kenyataan media, persidangan media dan wawancara. Menurut Mohd Yahya, Muhamad Zaki dan Mohd Faizal (2021), kenyataan media hanya melibatkan penghebahan melalui bahan kenyataan yang dihantar ke media yang ditandatangani oleh ketua organisasi atau pengamal perhubungan awam. Persidangan media pula dilakukan secara lebih teratur. Persidangan media akan disampaikan oleh ketua organisasi kepada wakil-wakil media yang dijemput. Manakala, wawancara dilakukan atas permintaan pihak media atau diuruskan oleh pengamal perhubungan awam yang dibuat secara eksklusif. Kenyataan media, persidangan media dan wawancara yang dilakukan bertujuan mendapatkan publisiti dengan cara menghebahkan program atau maklumat terkini organisasi atau klien melalui media kepada pengetahuan masyarakat. Usaha positif ini perlu dilakukan secara berterusan dari semasa ke semasa tetapi tidak terlalu kerap. Tanpa usaha mengeluarkan kenyataan media atau mengadakan persidangan media, program yang dianjurkan oleh organisasi tentukan tidak diketahui oleh masyarakat. Keadaan ini akan memberi implikasi negatif terhadap imej organisasi. Selain itu, objektif sesuatu program yang dianjurkan yang ingin dihebahkan kepada masyarakat 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 dengan menentukan apakah isu yang boleh dihebahkan melalui kenyataan media atau mengatur persidangan media. Sebagai contoh, sebuah organisasi ingin menganjurkan satu seminar yang membuka penyertaannya kepada orang awam. Cara hebahan yang sesuai adalah melalui kenyataan media sahaja. Jika satu penyelidikan berjaya dengan penemuan baharu yang pertama kali di negara ini, hebahan pencapaian ini harus dilakukan melalui persidangan media. Cara ini akan memberi peluang yang lebih kepada kedua-dua belah pihak, para penyelidik tersebut dan wakil media bersoal-jawab bagi mendapatkan maklumat lanjut mengenai sesuatu penemuan atau kejayaan

tersebut. Wawancara pula diadakan apabila pihak media ingin mendapatkan pandangan dan hujah tentang sesuatu isu semasa atau berkaitan organisasi atau klien pengamal atau kepentingan negara. Dalam hal ini, pengamal perhubungan awam harus menguruskannya dengan menyediakan tokoh organisasi yang berkredibiliti seperti ketua pegawai eksekutif, pengarah urusan atau pakar-pakar dalam bidang berkaitan untuk diwawancara oleh pihak media (Mohd Yahya et al. (2021).

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 bahan yang mempunyai nilai berita dan yang paling penting untuk disiarkan. Oleh itu, pengamal perhubungan awam perlu menilai bahan yang boleh dianggap penting untuk dikeluarkan dalam bentuk kenyataan media atau persidangan media.

Perhubungan Media Dalam Menangani Krisis

Sukar untuk menduga berlakunya sesuatu krisis di dalam atau di luar yang ada kaitan dengan organisasi atau klien. Namun demikian, seseorang pengamal perhubungan awam boleh meramal bahawa sesuatu itu mungkin berlaku ke atas organisasi atau kleinnnya. Krisis seperti mogok atau kemalangan dalam kalangan staf sememangnya cuba dielakkan oleh organisasi atau klien. Apabila berlaku krisis, pengamal perhubungan awam perlu bertindak pantas dan bersiap sedia khususnya dalam menangani maklum balas dan pertanyaan pihak media dan masyarakat (Mohd Yahya et al. 2021). Menurut Seitel (2014), mengurus media dalam situasi krisis merupakan elemen yang sangat kritikal. Hal ini kerana pihak media amat sensitif dan berminat untuk melaporkan kejadian berbentuk krisis kerana ia adalah bahan berita yang bernilai.

Semasa menangani krisis yang berlaku dalam organisasi, beberapa perkara boleh dijadikan panduan oleh pengamal perhubungan awam mengenai perhubungan media seperti yang disarankan oleh beberapa sarjana termasuk Seitel (2014), Cutlip et al. (2006), Keen dan Greenall (1987) dan Mohd Hamdan (1993). Pertama, pengamal perhubungan awam perlu bertenang dan memberi kerjasama ketika menangani pihak media yang inginkan bahan terkini untuk dilaporkan. Kedua, penyiaran informasi 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.

Langkah ketiga adalah mengurangkan halangan-halangan yang mungkin wujud antara pengamal dengan pihak media. Hal ini kerana semakin dihalang, maka semakin kuatlah desakan pihak media untuk mendapatkan bahan berita. Ada kemungkinan mereka mengesyaki pihak organisasi atau klien cuba menyembunyikan sesuatu fakta daripada mereka. Seterusnya, pengamal tidak boleh bersikap pilih kasih apabila menyalurkan maklumat. Sebaliknya, sampaikan kepada semua media secara adil dan saksama.

Kelima, salurkan maklumat yang tepat dan betul kepada pihak media mengenai sesuatu krisis tersebut. Jangan membuat andaian, memalsu atau mereka cerita mengenai krisis tersebut. Dapatkan maklumat daripada sumber dalaman yang tahu mengenainya. Langkah seterusnya yang perlu dilakukan adalah, jika pengamal tidak dapat menyediakan maklumat mengenai krisis itu pada masa yang diperlukan oleh pihak media, berikan sebab yang boleh diterima.

Ketujuh, benarkan nama pengamal perhubungan awam atau ketua organisasi digunakan oleh pihak media sebagai jurucakap organisasi. Dalam pelaporan berita, sumber yang sahih amat penting untuk mengukuhkan sesuatu berita. Kelapan, kenal pasti wartawan yang mana pengamal telah menyalurkan maklumat krisis tersebut. Dapatkan nama dan nombor telefon agar mudah dihubungi dari semasa ke semasa.

Di samping itu, jika terdapat staf atau sesiapa sahaja yang cuba menyelamatkan nyawa atau harta benda, maklumkan kepada pihak media. Hal ini sebagai satu usaha memberi penghargaan dalam bentuk publisiti kepada mereka yang membantu. Kesepuluh, kerap kemukakan sesuatu yang positif. Jika perhubungan awamnya baik, maka imej organisasi atau klien bukan sahaja terjamin, malah mungkin mendapat pujian daripada pihak media dan masyarakat.

Strategi Mengekalkan Hubungan Dengan Media

Pengamal perhubungan awam harus mengambil inisiatif dengan mewujudkan hubungan yang sebaik mungkin dengan petugas media agar publisiti yang

dilakukan mencapai kejayaan. Beberapa sarjana termasuk Wilcox et al. (2015), Seitel (2014), Cutlip et al. (2006), Schwager (1998), Adzman (1993) dan Henkin (1977) menggariskan perkara yang boleh dijadikan panduan dalam memperkukuhkan hubungan baik dengan pihak media.

Pertama, pengamal perhubungan awam perlu sentiasa memberi kerjasama kepada pihak media dalam membuat liputan berita atau rencana tentang organisasinya. Strategi kedua, menawarkan perkhidmatan tambahan kepada media. Cara yang paling cepat dan berkesan untuk mendapatkan kerjasama wartawan ialah dengan membekalkan bahan yang bernilai berita dan bertepatan dengan masa, cerita dan gambar tentang sesuatu kejadian yang boleh disiarkan segera oleh media. Pengamal perlu memahami bahawa wakil media sering bekerja di bawah tekanan masa, terutama, untuk menyiapkan sesuatu tugas sebelum tarikh akhir. Maka, pengamal perhubungan awam perlu peka apabila ingin menghantar sesuatu maklumat kepada media berdasarkan masa panduan media (*media's lead time*).

Strategi ketiga yang perlu diambil perhatian oleh pengamal adalah masa panduan media. Masa panduan bermaksud tempoh masa yang diperlukan oleh media untuk menerima bahan dan kemudian menjadikannya berita untuk disiarkan. Panduan ini juga dapat menentukan masa yang sesuai untuk pengamal menghantar bahan kepada media. Keempat, 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.

Kelima, jangan meminta supaya pihak media menyembunyikan sesuatu berita yang dianggap negatif tentang organisasi atau klien. Pengamal tiada hak meminta pihak media menyembunyikan sesuatu berita daripada pengetahuan umum. Cara ini dianggap penghinaan kepada media kerana ia mengkhianati kepercayaan masyarakat kepada media. Strategi keenam, jangan membebankan pihak media dengan maklumat yang banyak dan kurang penting. Pengamal perhubungan awam akan lebih dihormati oleh editor atau wartawan media sekiranya maklumat yang tepat dan sesuai dihantar kepada media. Oleh itu, pengamal harus menghantar bahan berita yang bertepatan yang dianggap oleh pihak media sebagai berita.

Strategi seterusnya memerlukan pengamal bersikap mesra dan positif terhadap petugas media yang membuat liputan di organisasi. Mereka harus disantuni secara profesional dengan memudahkan tugas mendapatkan bahan berita. Kelapan, pengamal perhubungan awam perlu bersedia membantu serta senang dihubungi oleh media apabila diperlukan walaupun semasa berada di luar waktu pejabat, misalnya ketika di rumah. Strategi kesembilan, pengamal perhubungan awam bertindak sebagai orang tengah di antara media dengan warga 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. Hal ini tentunya memudahkan pihak media mendapatkan bahan berita.

Kesepuluh, hubungi dan kunjungi pihak media seperti editor, penerbit dan pemberita dari semasa ke semasa. Cara ini akan mengeratkan lagi hubungan di antara kedua-dua belah pihak. Selain itu, memberi peluang kepada pengamal perhubungan awam berbincang dengan editor dan penerbit berhubung publisiti organisasinya. Strategi seterusnya yang boleh dilaksanakan oleh pengamal perhubungan awam adalah dengan mengedarkan kad nama yang mengandungi nama, alamat dan talian yang boleh dihubungi kepada pihak media massa. Hal ini bertujuan memudahkan pihak media menghubungi dari semasa ke semasa sekiranya diperlukan.

Kedua belas, pengamal perhubungan awam boleh mengambil inisiatif dengan mengirim kad-kad ucapan seperti kad ucapan hari kebesaran kepada petugas media sebagai tanda ingatan dan ucapan terima kasih kepada media. Ketiga belas, 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 pemberita tersebut dan tidak harus memberikan maklumat tambahan ini kepada pemberita lain yang tidak berusaha untuk mendapatkannya.

Strategi terakhir adalah mengadakan satu majlis khas bagi meraikan petugas media. Sebagai contoh, mengadakan malam mesra petugas media. Pada majlis tersebut, selain diraikan dengan jamuan, organisasi memberikan penghargaan kepada pihak media yang banyak menonjolkan imej organisasi agtau klien pengamal. Acara sukan dan rekreasi juga boleh diadakan antara kedua-dua belah

pihak seperti pertandingan boling atau golf. Penganjuran seumpama ini boleh mengeratkan hubungan di antara petugas media dengan pengurusan organisasi atau klien.

KESIMPULAN

Pengamal perhubungan awam berperanan penting untuk mewujudkan hubungan positif dengan petugas media. Hal ini kerana pengamal merupakan orang perantara di antara organisasi atau klien dengan media. Pengamal perhubungan awam perlu memudahkan tugas dan urusan media semasa berurusan dengan organisasi atau klien masing-masing bagi mendapatkan bahan berita. Hubungan yang positif sudah tentu bukan sahaja menaikkan imej organisasi atau klien, malah pengamal perhubungan awam turut dikenali, dihormati dan disenangi petugas media. Dalam perkaitan ini, pengamal perlu mempunyai pengetahuan dan kemahiran tertentu dalam mendampingi media. Berjaya atau gagal hubungan tersebut banyak bergantung kepada keupayaan dan kemahiran pengamal perhubungan awam untuk menanganinya.

RUJUKAN

- Adzman Abbas. 1993. Perhubungan awam dan media. Petaling Jaya: Longman.
- Argenti, A.P. 1998. Corporate communication. International edition, Irwin: McGraw Hill.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G.M. 2006. Effective public relation. Edisi kelapan. New Jersey: Prentice Hall.
- Guth, D. W. & Marsh, C. M. 2003. Public relations: A values-driven approach. Boston: Pearson Education Inc.
- Hendrix, J. A. 2001. Public relation cases. Edisi kelima. Belmont: Wadsworth.
- Henkin, S. 1977. Opportunities in PR. Illinois: National Textbook.
- Howard, C.M., & Mathews, W.K. 2002. On deadline: Managing media relations. (Edisi Ke-3). Prospect Height, IL: Waveland.
- Keen, C. & Greenall, J. 1987. Public relations management. Cardiff: Mclays.
- Mohd Hamdan Adnan. 1993. Teknik perhubungan awam. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohd Yahya Mohamed Ariffin, Muhamad Zaki Mustafa & Mohd Faizal Kasmani. 2021. Strategi perhubungan awam di Malaysia. Nilai: Penerbit Universiti Sains Islam Malaysia.

- Schwager, M. O. 1998. Working with the media: A primer for entrepreneurs. www.mediarelations.com.
- Seitel, F. P. 2014. The practice of public relations. Edisi ke-12: Edinburgh. Pearson Education Limited
- Sri Ramesh, K. 2004. Public relations in Asia: An anthology. Singapore: Thompson Learning.
- Tahir, M.H., & Tamam, E. 1989. Public relations practices and status in government and private sector: Malaysia case. Paper presented at the Conference of the World Communication Association, Singapore.
- Wilcox, D.L. & Cameron, G.T. 2006. Public relations: Strategies and tactics. Edisi kelapan. Boston: Pearson Education Inc.
- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., Ault, P.H. & Agee, W.K. 2003. Public relations: Strategies and tactics. Edisi ketujuh. Boston: Pearson Education, Inc.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T. & Reber, B. H. 2015. Public relations: Strategies and Tactics. (11th. Ed). Boston: Pearson Education Limited.