

14

Bidang Perhubungan Awam: Antara Persepsi dengan Realiti

Jamilah Haji Ahmad

Pengenalan

Perkembangan industri perhubungan awam di Malaysia masih agak perlahan berbanding perkembangan industri perhubungan awam di negara Barat terutama Amerika Syarikat dan Eropah. Menurut Zulhamri dan Threadgold (2008), profesion perhubungan awam di Malaysia dilihat sebagai tidak matang pada pandangan masyarakat umum. Walaupun pada masa yang sama, pemimpin perniagaan (*business leaders*) dalam ekonomi global baru menghargai kepentingan bidang perhubungan awam dalam membantu perkembangan strategi organisasi, namun yang dipertikaikan adalah kualiti dan tahap berdaya saing pengamal perhubungan awam itu sendiri.

Profesion perhubungan awam juga sering disalahtafsirkan profesionalismenya. Hal ini kerana terdapat pihak pengurusan yang tidak mengetahui kepentingan jabatan perhubungan awam serta fungsi dan tanggungjawab sebenar pengamal perhubungan awam. Mengkaji sejarah penubuhan profesion perhubungan awam, ia bermula pada era 1960-an. Pada tahun 1962, badan profesional perhubungan awam pertama yang ditubuhkan di Malaysia dikenali sebagai Institute of Public Relations Malaysia (IPRM). Sejak itu profesion perhubungan awam mula berkembang di institusi kerajaan, korporat dan badan bukan kerajaan (NGO) (Syed Arabi, 2005).

Permintaan terhadap bidang perhubungan awam terus meningkat pada alaf ke-21. Seitel (2011) mengenal pasti lapan isu milenium yang memberi impak terhadap perkembangan bidang perhubungan awam, iaitu globalisasi, perubahan pendapat umum, persaingan global, kematangan komuniti, pentingnya komunikasi dalaman, kepentingan tanggungjawab sosial, pengetahuan teknologi yang meningkat dan akauntabiliti.

Menurut Hamdan (2008), pengamal perhubungan awam perlu sentiasa menjalinkan hubungan yang positif dengan publik dalaman dan luaran. Mereka ini dinamakan pemegang taruh (*stakeholders*) yang terdiri daripada pelanggan, pembekal, pengedar, pengguna, pihak kerajaan, media, pelabur mahupun masyarakat awam.

Perkembangan teknologi adalah antara sebab utama tugas dan tanggungjawab pengamal perhubungan awam berubah dari semasa ke semasa. Perubahan daripada aplikasi tradisional kepada aplikasi berteknologi seperti media cetak kepada media elektronik menyebabkan kebanyakan pengamal perhubungan awam perlu mempelajari selok-belok asas media baru kerana wujudnya impak media sosial seperti Blog, Twitter, laman web, Facebook, LinkedIn dan lain-lain terhadap reputasi organisasi (Jamilah, 2009).

Sungguhpun begitu, kewujudan media sosial masih tidak mampu menggantikan kepentingan peranan media terhadap bidang perhubungan awam. Hal ini kerana hubungan media masih dianggap penting walaupun hubungan antara pengamal perhubungan media dengan wartawan sering dikaitkan sebagai “*love hate relationship*”. Masyarakat awam masih bergantung kepada media cetak atau elektronik untuk mendapatkan berita. Komputer banyak membantu pengamal perhubungan awam dalam menjalankan tugas harian mereka seperti memproses maklumat, menyimpan maklumat, mewujudkan dan menulis bahan baru. Melalui Internet pula, penyebaran berita berlaku dengan cepat tanpa wujud pemisahan atau kekangan masa untuk mendapatkan maklumat dengan cepat. Globalisasi yang dilihat sebagai revolusi ilmu menyebabkan pengamal perhubungan awam, kini perlu menyesuaikan diri kepada cabaran dunia teknologi dengan melibatkan diri dan menguasai peluang dalam mengatur aktiviti perhubungan awam.

Definisi Perhubungan Awam

Perhubungan awam atau sering dilabelkan sebagai PR (*public relation*) didefinisikan oleh Cutlip, Center dan Broom (2010) sebagai menjalankan usaha yang dirancang, disengajakan dan berterusan untuk mewujudkan kesefahaman antara organisasi dengan publik.

World Assembly of Public Relations Associations yang diadakan di bandar Mexico pada Ogos 1978 mentafsirkan perhubungan awam sebagai seni dan sains sosial untuk menganalisis corak (*trend*), menjangkakan kebarangkalian, menjadi perunding bagi pihak pengurusan tertinggi syarikat dan melaksanakan program yang dirancang yang memberi manfaat kepada

organisasi dan publik (Grunig, 2001). Perhubungan awam juga dikatakan bertindak sebagai:

1. Perantara (*mediator*) antara organisasi dengan publik.
2. Memberi pendedahan berkaitan organisasi kepada publik melalui pelbagai medium untuk mendapatkan pengiktirafan (*endorsement*) pihak ketiga.
3. Menjalinkan hubungan yang baik dengan semua pemegang taruh.
4. Menguruskan komunikasi dalaman dan luaran.

Phillips (2009) mentafsirkan perhubungan awam sebagai sifat perhubungan yang berasaskan Internet (*nature of Internet-mediated public relations*), iaitu gabungan media sosial, komputer peribadi, telefon mudah alih, permainan video dan talian Internet. Peningkatan penggunaan teknologi dikatakan memberi kuasa demokrasi media kepada pengamal perhubungan awam.

Menurut Lattimore (2009), bidang berkaitan perhubungan awam terdiri daripada:

1. Perhubungan awam kewangan bertujuan menyediakan maklum balas berkaitan kewangan, pasaran dan pelaburan syarikat.
2. Perhubungan awam pengguna dan gaya hidup bertujuan mendapatkan publisiti bagi produk dan perkhidmatan syarikat tanpa menggunakan pengiklanan.
3. Perhubungan awam krisis bertujuan menjawab persoalan dan pandangan publik dan pemegang taruh.
4. Perhubungan awam hubungan industri bertujuan menjalinkan dan menyediakan maklum balas kepada badan perdagangan dalam dan luar negara.
5. Perhubungan awam hubungan kerajaan bertujuan menjalin dan melibatkan hubungan dengan badan kerajaan bagi tujuan mengenal pasti dasar dan polisi yang melibatkan syarikat.

Pengetahuan dan Kemahiran yang Diperlukan oleh Pengamal Perhubungan Awam

Grunig (2001) menggariskan antara pengetahuan dan kemahiran yang perlu ada pada pengamal perhubungan awam adalah pengetahuan asas dalam bidang perhubungan awam, mempunyai pengetahuan mengurus serta dapat

menjalinkan hubungan yang strategik melalui usaha tanggungjawab sosial korporat dan penyelidikan yang sistematik.

Cutlip, Center dan Broom (2010) pula menyatakan bahawa kemahiran yang diperlukan oleh pengamal perhubungan awam adalah individu yang dapat menghasilkan penulisan yang efektif, berkebolehan bertutur, berpengetahuan yang mendalam tentang pelbagai media, memahami proses pengurusan, perniagaan dan isu kewangan, mempunyai kemahiran menyelesaikan masalah, berkebolehan membuat keputusan, bertanggungjawab dan mempunyai tahap pengetahuan akademik yang baik.

Sementara itu, Kiranjit Kaur (2002) mendapati antara kemahiran yang diperlukan untuk menjadi pengamal perhubungan awam yang baik adalah mempunyai kemahiran berkomunikasi, dapat menulis dengan baik, dapat menjalinkan hubungan media, mahir dalam pengucapan awam, mempunyai kemahiran mengedit, banyak membaca, mahir menggunakan bahan audio dan grafik, boleh menguruskan projek, dapat memberi khidmat perundingan serta mempunyai kemahiran pengurusan dan interpersonal.

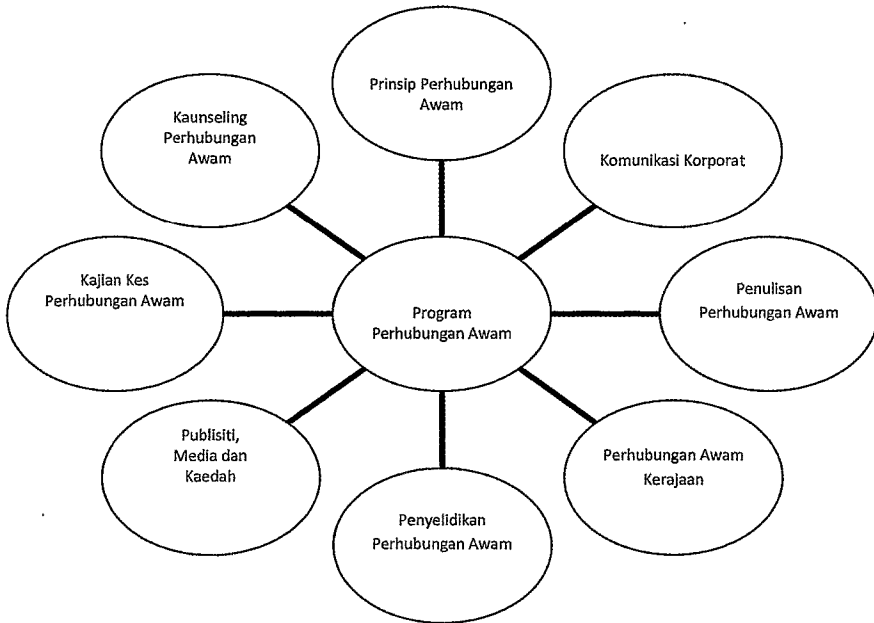
Kajian oleh Jamilah (2010) telah menambahkan lagi senarai keperluan untuk menjadi pengamal perhubungan awam yang berkesan, iaitu perlu mempunyai latar belakang pendidikan dalam bidang komunikasi dan perhubungan awam. Selain itu, perlulah mempunyai kemahiran menulis dan bertutur dengan baik dalam kedua-dua bahasa Malaysia dan Inggeris, mempunyai pengetahuan asas dalam bidang teknologi maklumat dan boleh mengendalikan aplikasi asas media sosial, bersifat terbuka, kreatif serta mampu mengurus dengan efektif.

Kursus dalam Bidang Perhubungan Awam

Kebanyakan institusi pengajian tinggi menawarkan sekurang-kurangnya tiga hingga lima kursus asas dalam bidang perhubungan awam. Antara kursus perhubungan awam yang sering ditawarkan ialah:

1. Asas Perhubungan Awam atau Perhubungan Awam
2. Komunikasi Korporat
3. Penulisan Perhubungan Awam

Pada dasarnya, seperti yang telah dilaporkan dalam laporan 'The Commission of Public Relations in the US' (1987) yang menggariskan lapan kursus asas pendidikan perhubungan awam.



Rajah 1 Kursus dalam perhubungan awam

Sumber: Kiranjit et al. (2002)

Menurut Jamilah (2010), hasil penyelidikan yang dijalankan membuktikan wujudnya keperluan bagi program perhubungan awam memastikan graduan yang memilih kursus major perhubungan awam ini diberi pendidikan asas sekurang-kurangnya lima kursus perhubungan awam. Hal ini dapat memastikan graduan yang mengambil kursus major perhubungan awam mempunyai pengetahuan yang menyeluruh dalam bidang yang diceburi.

Perkaitan Bidang Perhubungan Awam dengan Disiplin Lain

Menurut Gibson (1987), pengasas perhubungan awam adalah graduan daripada bidang kewartawanan, justeru kedua-dua bidang ini adalah bergabung secara tradisinya. Kruckeberg (1998) berpendapat bahawa disiplin perhubungan awam melebihi subset atau bidang khas disiplin lain. Oleh itu, persepsi yang mengatakan bahawa disiplin lain berpengaruh terhadap bidang perhubungan awam perlu dikaji semula. Hal ini kerana perhubungan awam diterima secara ideologikal sebagai bidang profesional. Justeru, ia layak diiktiraf sebagai bidang yang mempunyai identiti tersendiri dengan definisi parameter profesional yang jelas.

Kiranjit (2002) dalam penyelidikan beliau mendapati bahawa disiplin dalam bidang grafik; sains-politik; akaun dan kewangan; ekonomi; pemasaran dan pengiklanan; dan pengurusan adalah antara disiplin yang perlu didedahkan kepada pendidikan perhubungan awam.

Ekachai dan Komolsevin (1998) dalam penyelidikan pendidikan perhubungan awam di Thailand mendapati bahawa para akademik bersetuju bahawa untuk menyediakan pelajar agar lebih dedikasi dan berkemahiran untuk bekerja dalam komunikasi global, kursus kemahiran komunikasi interpersonal, komunikasi antarabangsa dan antara budaya, komunikasi pemasaran dan teknologi media baru perlu didedahkan kepada pelajar perhubungan awam.

Persepsi dan Realiti Bidang Perhubungan Awam

Terdapat beberapa faktor yang menjadi punca profesionalisme bidang perhubungan awam sering dipertikaikan. Antara sebab wujudnya persepsi negatif terhadap bidang ini adalah seperti berikut.

Pendidikan dan penyelidikan bidang perhubungan awam

Pendidikan dan penyelidikan berkaitan bidang perhubungan awam adalah masih kurang. Dapatan kajian mendapati bahawa kebanyakan ahli akademik secara umumnya masih bergantung kepada buku perhubungan awam dari Amerika Syarikat (Nessmann, 1995; Sriramesh, 2002). Walaupun terdapat penyelidikan dan penulisan berkaitan perhubungan awam di Malaysia, penulisan ini kebanyakannya ditulis oleh penulis asing yang membuat penyelidikan berkaitan Malaysia (Jamilah & Gusti, 2008). Secara dasarnya, penelitian dan penilaian berkaitan dapatan kajian yang dilakukan agak menyimpang (*bias*) kerana penyelidik tidak dapat mengenal pasti faktor pengaruh salinan (*interplay*) yang menjadikan amalan perhubungan awam di Malaysia agak berbeza jika dibandingkan dengan amalan perhubungan awam di luar negara akibat daripada perbezaan faktor sosial, politik dan budaya (Jamilah, 2008).

Menurut Kiranjit (1997), bukan sahaja penyelidikan dan penulisan berkaitan perhubungan awam yang kurang, malah kebanyakan penulisan dan penyelidikan berkaitan perhubungan awam oleh penyelidik di Malaysia bersifat diskriptif, historikal dan selalunya berkaitan aspek praktikal perhubungan awam dalam organisasi. Penyelidikan berkaitan fungsi perhubungan awam pada peringkat pengurusan dan strategik masih kurang walaupun pada hakikatnya, ia semakin penting dan diiktiraf oleh kebanyakan organisasi di Malaysia.

Permasalahan persepsi jawatan perhubungan awam

Profesionalisme dalam bidang perhubungan awam kini semakin penting kerana wujudnya saingan dan permintaan secara global terhadap bidang ini. Kewujudan syarikat multinasional, aktiviti *transborder*, permintaan pelanggan terhadap perkhidmatan, tanggungjawab sosial korporat, kesedaran terhadap kepentingan alam sekitar, penyakit yang menular, media sosial, masalah kewangan global, pengetahuan konsumerisme yang tinggi, permintaan terhadap produk dan perkhidmatan yang mempunyai ciri-ciri nilai tambah yang baik adalah antara faktor yang perlu diberi perhatian kini oleh pengamal dan perunding perhubungan awam bagi mengekalkan reputasi yang positif dan berdaya saing. Saingan pasaran dan polisi luar negara seperti Asia Federation of Trade Association (AFTA) dan percaturan pelaburan yang pelbagai menyukarkan organisasi untuk mengekalkan reputasi yang positif.

Ia adalah penting untuk memastikan mereka yang berminat untuk berkecimpung dalam dunia perhubungan awam mempunyai pendidikan formal dalam bidang perhubungan awam daripada institusi pengajian tinggi (IPT) dan badan profesional seperti IPRM dalam dan luar negara yang menyediakan pelbagai latihan, kursus dan khidmat nasihat. Hal ini bagi memastikan kualiti, profesionalisme dan mutu perkhidmatan individu yang terlibat dalam bidang perhubungan awam terjamin dan bidang ini tidak disalahertikan sebagai satu bidang yang boleh diceburi oleh sesiapa sahaja tanpa perlu melalui pendidikan formal yang menyebabkan profesion perhubungan awam dilihat tidak berkaliber dan berkualiti rendah.

Akreditasi bidang perhubungan awam

Bidang perhubungan awam merupakan satu bidang yang bertaraf profesional. Di United Kingdom (UK) dan Amerika Syarikat (AS) bidang ini telah dilesenkan dan di kebanyakan negara lain di Eropah, bidang ini telah diakreditasi secara wajib atau sukarela. Di Malaysia, IPRM telah mengakreditasi bidang perhubungan awam yang dilakukan secara sukarela sejak tahun 2008. Ia menjadi impian IPRM untuk mendapatkan kelulusan Parlimen untuk mengakreditasi bidang ini. Akreditasi bagi individu yang berkecimpung dalam bidang perhubungan awam penting bagi memastikan mereka yang memegang jawatan pengamal perhubungan awam terdiri daripada mereka yang layak, berkualiti serta mengetahui amalan dan selok-belok dalam bidang perhubungan awam. Di kebanyakan negara Barat seperti di UK dan AS, akreditasi bukan sahaja dipohon oleh individu, bahkan IPT untuk memastikan kualiti graduan perhubungan awam diiktiraf oleh badan profesional.

Perunding perhubungan awam

Permintaan terhadap perunding perhubungan awam semakin bertambah hingga menyebabkan sesiapa sahaja boleh menggelar diri mereka pengurus acara. Kini, ramai perunding perhubungan awam antarabangsa terutama dari Australia yang membuka perniagaan di Malaysia kerana wujudnya permintaan yang tinggi. Kebanyakan syarikat multinasional dan organisasi besar mengambil khidmat perunding perhubungan awam bagi mengendalikan pengurusan acara seperti majlis pelancaran, aktiviti promosi, penyelidikan pasaran, pemantauan akhbar dan analisis organisasi serta penyediaan laporan tahunan syarikat.

Definisi dan konteks akronim perhubungan awam

Rex Harlow (1977) menyatakan bahawa terdapat lebih daripada 501 definisi perhubungan awam. Hal ini bermakna setiap seorang pendidik dalam bidang perhubungan awam mampu menyatakan definisi yang agak berbeza dalam bidang ini. Disebabkan faktor lambakan definisi dalam bidang ini menyebabkan peranan dan tanggungjawab dalam bidang perhubungan awam menjadi tidak khusus dan menerima sebarang bidang kerja, yang dikatakan umpama “*everything under the sun*”. Akronim perhubungan awam yang disebut sebagai “PR” juga merupakan antara punca bidang ini tidak dilihat sebagai profesion yang profesional. Hal ini kerana PR sering disalahtafsirkan. Sesiapa sahaja yang pandai bergaul untuk mendapat tender, pangkat, dikatakan berkelebihan kerana mempunyai PR yang baik. Sedangkan praktis yang diamalkan itu bukan PR. Individu yang bermulut manis untuk mendapatkan sesuatu dengan cara yang salah juga sering dilabelkan mempunyai PR yang baik. Oleh sebab ketidakfahaman publik terhadap terminologi PR ini menyebabkan PR dilabelkan dengan sifat negatif, iaitu seseorang yang pandai memanipulasi fakta dan adakalanya mengambil peluang daripada kesusahan orang lain.

Akademik bidang perhubungan awam

Pengamal dan perunding perhubungan awam sering menggelar para akademik dengan gelaran mereka yang berada di “Ivory Tower”. Pandangan ini masih tidak berubah dan sering diperkatakan. Hal ini tidak dapat dinafikan kerana kebanyakan para akademik yang berkecimpung dalam bidang perhubungan awam selalunya tidak mempunyai pengalaman bekerja dalam bidang ini. Hal ini menyebabkan mereka tidak mengetahui pelaksanaan dan perancangan bidang kerja secara praktis tetapi hanya berdasarkan pengetahuan melalui

pembacaan. Permasalahan ini bertambah meruncing apabila pensyarah yang mengajar kursus perhubungan awam itu sendiri tidak mempunyai kepakaran dalam bidang yang diajar. Rata-rata berpendapat, sesiapa sahaja boleh membuat kerja perhubungan awam, asalkan seseorang itu peramah dan berketerampilan menarik. Sedangkan asas dan pendidikan dalam bidang perhubungan awam menuntut lebih daripada dua kriteria luaran ini.

Tambahan, sikap sesetengah pensyarah yang tidak menggunakan buku terbitan tempatan, malah tidak tahu kewujudan buku rujukan tempatan menyebabkan pelajar mendapat kurang pendedahan berkaitan amalan dan perkembangan perhubungan awam di Malaysia. Rangka kursus yang divedok bulat-bulat daripada kursus perhubungan awam di AS termasuklah berkenaan sejarah yang hanya berkisar kepada sejarah perkembangan perhubungan awam di AS. Malah, tidak hairan jika ada antara pensyarah yang tidak mengetahui sejarah IPRM serta kewujudan badan IPRM pelajar yang dinamakan IPRMSA-Chapter. Apabila bercerita tentang pendidikan perhubungan awam, pelajar sering didedahkan kepada Ivy Lee, Doris Feshman, Edward Bernays, John W. Hill dan Carl Byoir, James Grunig, dan Larissa Grunig sedangkan pendidik dan pemangkin perhubungan awam di Malaysia seperti Profesor Dato' Mohd Hamdan Adnan, Profesor Dato' Dr. Syed Arabi Idid dan Hamidah Karim jarang diperkatakan.

Institute of Public Relations Malaysia

IPRM merupakan penyumbang utama kepada perkembangan profesion dan pendidikan perhubungan awam di Malaysia. IPRM adalah satu badan profesional yang ditubuhkan pada tahun 1962 di bawah pertubuhan berdaftar. Institut ini ditubuhkan untuk menggalakkan minat terhadap amalan perhubungan awam dan menggalakkan praktis perhubungan awam di Malaysia. Pada 25 Mac 1962, IPRM telah ditubuhkan dan Dato' Mohd Sophiee Sheikh Ibrahim yang telah dipilih sebagai presiden pertama IPRM (Syed Arabi, 2005).

Menurut Syed Arabi (2005), penubuhan IPRM adalah seiring dengan pembangunan profesional dalam perhubungan awam di Malaysia. Ia juga merangsang kemunculan aspek perhubungan awam sebagai salah satu profesion yang mempunyai kelebihan yang tersendiri. Pembentukan IPRM membolehkan pengamal perhubungan awam bersatu dalam menyuarakan pendapat, di samping meningkatkan pengaruh dan reputasi mereka. Sebagai ahli IPRM, mereka dapat membina dan memupuk hubungan dengan badan-badan lain dan pihak kerajaan.

Objektif utama penubuhan IPRM adalah untuk meningkatkan profesionalisme dalam kalangan pengamal perhubungan awam di Malaysia. Bagi memenuhi matlamat utama, IPRM menganjurkan pelbagai seminar dan latihan bagi ahli-ahli dan bukan ahli. Ia juga menyokong penyelidikan, latihan dan aktiviti-aktiviti lain berbentuk pendidikan dan praktis dalam bidang perhubungan awam. Memorandum IPRM telah menyenaraikan lapan kategori keahlian. Antara kategori keahlian tersebut adalah ahli kehormat, felo, ahli-ahli, ahli bersekutu, ahli gabungan, pelajar, keahlian sepanjang hayat dan ahli korporat.

Program akreditasi adalah satu program kesukarelawan atau salah satu mekanisme dalam perhubungan awam yang diselia oleh badan profesional. Dalam proses meningkatkan profesionalisme dalam bidang perhubungan awam, IPRM telah mengawal selia sendiri sistem akreditasi ini bermula tahun 2008 supaya standard antarabangsa berjaya dicapai oleh pengamal perhubungan awam di Malaysia. IPRM telah mengkaji program-program di seluruh dunia dan daripada organisasi-organisasi yang berkaitan dengan perhubungan awam seperti Institute of Public Relation (UK), Public Relations Society of America (PRSA), Institute of Public Relations Singapore (IPRS) dan International Association of Business Communicators (IABC). IPRM telah mengubah modul pelaksanaan demi menyesuaikan program tersebut dengan situasi di Malaysia.

Objektif utama akreditasi adalah untuk mengiktiraf pengamal perhubungan awam yang terkenal dan berpengalaman, dan menggalakkan pengamal-pengamal lain untuk berjaya mencapai taraf profesional. Hal ini adalah untuk melahirkan lebih ramai pengamal perhubungan awam yang profesional dan menjalankan amalan di bawah kod etika yang sama.

Kini, genap 50 tahun IPRM terlibat dalam aspirasi pembangunan negara. IPRM juga telah memainkan peranan penting dalam memberi latihan dan menjana pembangunan kepada lebih daripada 6,000 rakyat Malaysia, iaitu dalam menyediakan dan melayakkan mereka menyertai kerjaya dalam bidang perhubungan awam. IPRM meningkatkan latihan dan pembangunan pengamal perhubungan awam daripada kedua-dua sektor awam dan swasta. Di samping itu, IPRM terlibat secara langsung dan bersatu tenaga bersama pendidik di institusi pengajian tinggi untuk memastikan perkembangan ilmu dan latihan dalam bidang perhubungan awam. Masa hadapan IPRM dilihat cerah kerana IPRM bukan sahaja memberi latihan secara praktis tetapi merupakan medium pendidikan yang dapat menjadikan pendidikan sebagai aspek terpenting sepanjang hayat.

Kepentingan Bahagian Perhubungan Awam

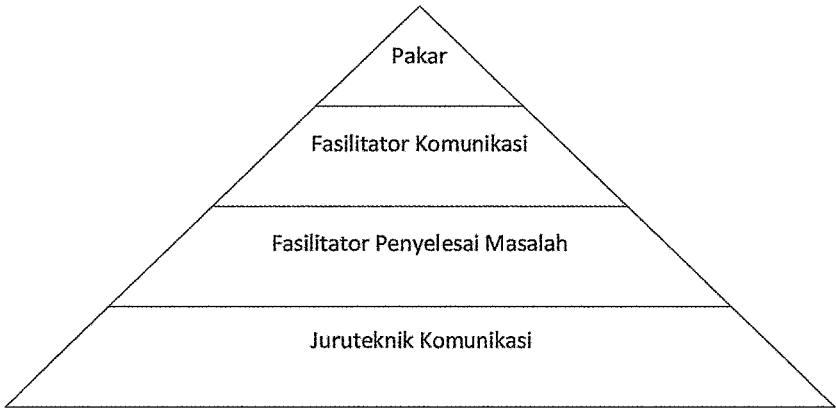
Tujuan utama wujudnya bahagian perhubungan awam adalah untuk mengekalkan reputasi dan imej yang positif. Hal ini dilakukan dengan menjalin hubungan yang baik dan berterusan dengan publik sasaran dan pemegang taruh. Kakitangan perhubungan awam, iaitu pegawai perhubungan awam selalunya dipanggil dengan nama singkat PRO (*public relations officer*). Idea menggelar *public relations* sebagai PR ditentang oleh Profesor Sam Black, Bapa Perhubungan Awam di UK yang menyatakan bahawa antara sebab bidang perhubungan awam masih sukar diterima sebagai profesion adalah kerana gelaran perhubungan awam sebagai PR sedangkan pegawai perhubungan awam mempunyai kemahiran sebagai seorang pakar publisiti (Black, 1993).

Amalan perhubungan awam di Malaysia dikatakan masih tidak setaraf dengan amalan perhubungan awam di negara Barat seperti AS tetapi bidang ini telah dikenal pasti sebagai penyumbang kepada pembangunan organisasi perniagaan yang besar, badan kerajaan dan NGO. Kini, terdapat NGO alam sekitar yang memiliki bahagian perhubungan awam yang menguruskan komunikasi dan memaklumkan kepada publik tentang usaha badan ini terhadap pemuliharaan alam sekitar. Jika dahulunya tugas ini banyak bergantung kepada wartawan untuk mendapatkan siaran akhbar, kini pegawai perhubungan awam alam sekitar boleh menggunakan media sosial seperti laman web dan Facebook untuk menguarkannya kepada publik bagi tujuan mendapatkan kerjasama, meningkatkan pengetahuan serta memudahkan usaha pemuliharaan ditaja oleh kalangan individu, badan korporat atau badan antarabangsa.

Menurut Kiranjit (1997), perkembangan pesat ekonomi di Malaysia termasuk dasar dan polisi kerajaan ke atas penswastaan, penubuhan syarikat awam global (GLC), kemasukan pelabur dari luar negara dan syarikat multinasional menyaksikan lebih banyak peluang terbuka kepada pengamal perhubungan awam dalam menguruskan penggabungan syarikat dan syarikat awam berdaftar. Jawatan perhubungan awam yang dahulunya hanyalah bertaraf pegawai kini telah wujud jawatan pengurus, malah wujud jawatan pengarah perhubungan awam dalam organisasi besar, syarikat multinasional dan GLC kerana kepentingan bidang dan skop tanggungjawab bidang perhubungan awam yang lebih besar dan mencabar.

Peranan Pengamal Perhubungan Awam

Cutlip, Center dan Broom (2010) menyenaraikan peranan pengamal perhubungan awam kepada empat peringkat.



Rajah 2 Peranan pengamal perhubungan awam

Sumber: Kiranjit et al. (2002)

Kebanyakan pengamal perhubungan awam di Malaysia menjalankan tugas juruteknik komunikasi seperti menyediakan laporan akhbar, teks ucapan, laporan tahunan dan bahan promosi (Taylor, 2000). Namun begitu, bagi organisasi bertaraf multinasional dan organisasi besar, peranan serta bidang tugas pengamal mencakupi fasilitator komunikasi, fasilitator penyelesaian masalah dan pakar perunding.

Prospek dalam Bidang Perhubungan Awam

Ramai yang tidak mengetahui bahawa bidang perhubungan awam mempunyai prospek yang besar. Mereka yang mempunyai pengalaman dalam bidang ini bakal menyandang jawatan pengarah perhubungan awam. Kategori jawatan pengamal perhubungan awam dalam organisasi boleh dibahagikan kepada empat peringkat:

1. Pengarah perhubungan awam selalunya disandang dalam organisasi besar dan syarikat multinasional, bertanggungjawab menyelia serta memantau semua aktiviti dan program perhubungan awam yang melibatkan publik dalaman dan luaran. Hal ini termasuk semua

aktiviti yang melibatkan perhubungan media, pengurusan dan khidmat pelanggan serta aktiviti hubungan komuniti yang memberi impak positif kepada reputasi organisasi. Pengarah perhubungan awam juga bertanggungjawab untuk menjawab sebarang persoalan daripada pengurusan atasan, kakitangan dalaman, pihak kerajaan, pelabur, media serta bertindak sebagai jurucara dan penasihat syarikat kepada semua pemegang taruh.

2. Pengurus perhubungan awam atau digelar sebagai pakar perhubungan awam, pakar media dan pegawai akhbar berfungsi menyelia dan memantau tugas yang dijalankan oleh kakitangan jabatan, di samping mengurus dan melaksanakan segala tugas berkaitan komunikasi dengan pemegang taruh. Individu yang memegang jawatan ini perlu memastikan penjenamaan organisasi diberi perhatian utama dalam setiap aktiviti dan majlis organisasi bagi mengukuhkan imej dan reputasi organisasi. Di samping itu, pengurus perhubungan awam juga perlu menyelesaikan krisis syarikat dan berurusan dengan publisiti yang kurang menyenangkan; adakalanya bertindak sebagai jurucakap bagi organisasi. Oleh itu, sebahagian tugas pengurus perhubungan awam adalah untuk mengenal pasti kebarangkalian wujudnya pendapat publik yang negatif, mengumpul semua bahan berkaitan isu organisasi, memantau media dan pesaing bagi memastikan maklumat yang dikumpulkan mencukupi. Oleh itu, hubungan baik dengan wartawan amat penting agar persediaan dapat dibuat jika wujud kemungkinan media terpaksa mengeluarkan laporan berita yang negatif. Hal ini dapat memberi masa yang cukup bagi pengurus perhubungan awam merangka jawapan untuk pihak pengurusan atasan, media dan pemegang taruh.
3. Eksekutif perhubungan awam bertanggungjawab membantu pengurus perhubungan awam untuk menjalankan dan melaksanakan semua aktiviti dan strategi organisasi termasuk merancang, mengelola, mengatur segala bentuk kerja yang melibatkan aktiviti organisasi dan media. Individu ini perlu mempunyai perhubungan yang baik dengan media terutama wartawan dan editor. Eksekutif perhubungan awam juga perlu mengetahui format siaran akhbar, boleh menulis teks ucapan, skrip temu duga, skrip bagi promosi di televisyen, radio atau di laman web, berkebolehan menyediakan bahan publisiti seperti brosur, risalah dan buletin, di samping memantau berita tentang organisasi melalui laman web, Internet, blog, Facebook dan media sosial.

4. Pegawai perhubungan awam merupakan jawatan pelbagai fungsi (*multitasking*). Kebanyakan organisasi mempunyai jawatan ini, tugas dan bidang tugas jawatan ini selalunya bergantung kepada saiz organisasi, kategori jawatan dan jumlah kakitangan yang ada. Jawatan ini juga adakalanya dikenali sebagai pegawai penerangan, pegawai perhubungan atau pegawai khidmat pelanggan. Antara bidang tugas pegawai perhubungan awam adalah melaksanakan kempen dan aktiviti yang dirancang, menyediakan kit media, siaran akhbar, mengumpul dan memantau siaran akhbar, melaksanakan segala pelan komunikasi dan pemasaran, mendapatkan slot publisiti dan pengiklanan dalam media cetak dan elektronik dan menyediakan maklumat untuk pengurus perhubungan awam.

Perkhidmatan Perunding Perhubungan Awam

Menurut Seitel (2011), khidmat perunding masih diperlukan walaupun organisasi memiliki jabatan perhubungan awam dalaman. Hal ini kerana kebanyakan tugas yang melibatkan pemantauan akhbar dan berita daripada dalam dan luar negara serta media sosial memerlukan kepakaran dan masa. Di Malaysia, khidmat pengurusan acara sering juga dilakukan oleh pakar perunding. Antara khidmat perunding perhubungan awam yang ditawarkan adalah:

1. Khidmat analisa dan pengukuran perhubungan awam seperti Key Performing Index (KPI) atau Indeks Tahap Perkhidmatan yang bertujuan mengukur dan menganalisis aktiviti dan perkhidmatan sesebuah organisasi melalui aktiviti, kempen, siaran akhbar dan segala bentuk aktiviti perhubungan awam.
2. Khidmat laporan penilaian pakar yang terperinci digunakan oleh pemegang taruh untuk membuat analisis dan penilaian terhadap laman portal organisasi, kad laporan pencapaian dan laporan berkaitan organisasi untuk mengenal pasti kehendak pelanggan. Di UK, pasar raya seperti Tesco dan Sainsbury menggunakan khidmat pakar meteorologi kajicuaca untuk membantu mereka merancang stok di pasar raya. Hal ini kerana suhu dan cuaca menentukan jenis barang keperluan yang akan dibeli oleh pelanggan keesokan harinya. Di Malaysia, masalah seperti ini tidak wujud berikutan keadaan cuaca yang tidak berubah.
3. Khidmat pemantau akhbar menyediakan laporan pemantauan siaran akhbar di semua media cetak, media elektronik, media penyiaran dan media sosial dengan menggunakan aplikasi teknologi terbaru dan

penilaian editorial berpengalaman. Pemantauan dan analisis media dibuat secara terperinci daripada sudut ketepatan, kategori, ulasan, termasuk analisis dan khidmat alih bahasa bagi pemantauan akhbar.

4. Data wartawan membolehkan organisasi mendapatkan siaran akhbar dengan mudah, menyediakan maklumat lengkap wartawan dan editor, format penulisan akhbar, memaklumkan aktiviti dan program yang melibatkan wartawan dan editor untuk memudahkan organisasi merancang pelan perancangan aktiviti organisasi, di samping memudahkan jaringan bersama media.
5. Khidmat perancang perhubungan awam menjalankan penyelidikan dan menggunakan maklum balas penyelidikan untuk merancang aktiviti, program, strategi dan kempen organisasi. Khidmat ini juga menyediakan profil demografik pelanggan mengikut status, gaya hidup, jaringan sosial dan amalan kepenggunaan untuk memastikan setiap kempen menepati kehendak publik sasaran. Sebagai contoh, penyelidikan yang melibatkan:
 - (a) Tingkah laku pengguna seperti jenis makalah, rancangan dan siaran yang disukai oleh pelanggan.
 - (b) Media sosial seperti aplikasi dan jenis media sosial yang paling disukai ramai dan jangka masa yang digunakan untuk melayari laman web.
6. Khidmat perisian media sosial membolehkan organisasi mendengar, memahami, fokus dan terlibat secara terus dengan perbincangan di laman web. Hal ini memudahkan organisasi menilai reputasi dan imej organisasi. Perisian ini juga membolehkan organisasi mengetahui kelemahan dan kekuatan produk dari semasa ke semasa bergantung pada isu. Hal ini boleh mencegah berlakunya krisis kerana isu organisasi dapat dipantau dan diselesaikan secara terus.
7. Khidmat pengurusan acara membolehkan organisasi yang tidak mempunyai kakitangan yang mencukupi untuk mendapatkan khidmat pakar perunding bagi menguruskan pengurusan majlis yang besar. Selalunya khidmat perunding pengurusan acara menguruskan segala urusan daripada sudut protokol, menyediakan kit siaran media dan memantau media, teks ucapan dan menyediakan jurucakap majlis. Organisasi hanya perlu memaklumkan jumlah hadirin, bajet dan tempat yang dipilih.

Kesimpulan

Bidang perhubungan awam di Malaysia dijangka akan terus berkembang seiring dengan perkembangan pendidikan dan praktis perhubungan awam di serata dunia. Hal ini kerana setiap bidang kerja serta tanggungjawab yang digalas oleh pengamal perhubungan awam merupakan satu perkhidmatan yang penting dan diperlukan dalam setiap organisasi. Kini, pelanggan bukan sahaja mengutamakan jenis produk tetapi mutu perkhidmatan, layanan selepas jualan yang baik dan efektif serta imej dan reputasi organisasi.

Pendidikan perhubungan awam yang ditawarkan di IPT perlu berdaya saing agar dapat menerapkan pembelajaran asas dan praktis pada masa yang sama. Pendidik dalam bidang perhubungan awam di IPT wajib mempunyai pengetahuan teori dalam bidang perhubungan awam, di samping mendapat pendedahan daripada sudut praktis dan latihan. Penyelidikan dalam bidang perhubungan awam juga perlu kerana ia sekali gus dapat memberi manfaat berkaitan isu, permasalahan dan perkembangan perhubungan awam di Malaysia.

Namun, bidang ini hanya akan menjadi satu profesion di Malaysia sekiranya: (1) akta akreditasi institusi/korporat disyaratkan bagi IPT dan kolej yang menawarkan pendidikan perhubungan awam; (2) akreditasi diwajibkan bagi semua individu yang memegang jawatan pengamal perhubungan awam tanpa latar belakang bidang perhubungan awam; (3) organisasi bersetuju mengambil individu yang mempunyai latar belakang pendidikan perhubungan awam atau mendapat akreditasi IPRM untuk memegang jawatan pengamal perhubungan awam. Sebelum usaha dan pendekatan ini dapat diambil, profesion perhubungan awam berkemungkinan tidak akan mencapai tahap profesionalisme yang ingin dicapai.

Walaupun telah wujud badan ilmu perhubungan awam yang berkembang, namun amalan perhubungan awam untuk berhadapan dengan cabaran-cabaran etika bidang ini tidak berkembang selari dengan kehendak dan permintaan daripada segi tadbir urus korporat, keterbukaan, perilaku profesional dan kepentingan negara. Bidang ini masih belum mempraktik dan mengiktiraf sepenuhnya peranan kaunselor secara strategik tetapi amalan lapuk juruteknik seperti *press agentry* atau agen akhbar ... akta perhubungan awam yang dicadangkan diharap menjadi pemangkin ke arah memartabatkan perhubungan awam sebagai satu profesion di Malaysia (Hamdan, 2011).

Rujukan

- Black, S. (1993). *International Public Relations*. London: Kogan Page.
- Cutlip, S.M., Center, A.H. & Broom, G.M. (2010). *Effective Public Relations*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Ekachai, D. & Komolsevin, R. (1998). Public relations education in Thailand. *Public Relations Review*, 24(2), 219–234.
- Gibson, D.C. (1987). Public relations education in a time of change. *Public Relations Quarterly*, 32(3), 25–31.
- Grunig, J.E. (2001). The role of public relations in management and its contribution to organizational and societal effectiveness. <http://www.instituteforpr.org/organizational-societal-effectiveness/> (diakses pada 20 Januari 2014).
- Hamdan, A. (2008). *Perkembangan Perhubungan Awam Kerajaan dan Politik Malaysia*. Shah Alam: Pusat Penerbitan Universiti (UPENA).
- Hamdan, A. (2011). Transformasi pengamal perhubungan raya dalam abad 21 demi mengubah cabaran menjadi peluang. <http://www.iprm.org.my/download/articles/hamdan-transformasi-pengamal-perhubungan-raya.pdf> (diakses pada 20 Januari 2014).
- Jamilah Ahmad. (2008). “The effect of interplay between politics, culture and practice in Malaysia”. Kertas kerja No. 12 yang dibentangkan di Department of Economics Journalism and Public Relations, Poznan University of Economics, Poland.
- Jamilah Ahmad & I Gusti Ngurah. (2008). Public relations education and at the crossroad: Trend and realities. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 1–14.
- Jamilah Ahmad. (2009). Perhubungan awam dan teknologi baru. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 11(1), 10–18.
- Jamilah Ahmad. (2010). Feasibility of public relations courses through e-learning: A case study in Malaysia. *Malaysian Journal of Distance Education*, 11(2, Disember 2009), 56–76.
- Kiranjit, K. (1997). The Impact of Privatization on Public Relations and the Role of Public Relations Management in the Privatization Process: A Qualitative Analysis of the Malaysian Case. Disertasi kedoktoran tidak diterbitkan, University of Maryland, College Park, Md.
- Kiranjit, K. (2002). “Public relations professionalism in Malaysia”. Kertas kerja yang dibentangkan di International Communication Association. Seoul, Korea, 15–19 Julai.
- Kiranjit, K., Monica, C., Haslita, I. & Jamilah Ahmad. (2002). *Principles of Public Relations*. Manual untuk Pusat Perkembangan Pendidikan, Universiti Teknologi MARA.
- Kruckeberg, D. (1998). The future of PR education: Some recommendations. *Public Relations Review*, 24(2, Summer 1998), 235–248.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S.T. & Toth, E. (2009). *Public Relations: The Profession and the Practice*. New York: McGraw-Hill.

- Nessmann, K. (1995). Public relations in Europe: A comparison with the United States. *Public Relations Review*, 21(2), 151–160.
- Phillips, D. (2009). *Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media*. London: Kogan Page Ltd.
- Rex, F.H. (1977). Public relations definitions through the years. *Public Relations Review*, 3(1, Spring 1977).
- Seitel, F.P. (2011). *The Practice of Public Relations*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Sriramesh, K. (2002). The dire need for multiculturalism in public relations education: An Asian perspective. *Journal of Communication Management*, 7(1), 54–77.
- Syed Arabi, I. (2005). *Institute of Public Relations Malaysia: A Historical Perspective*. Kuala Lumpur: Research Centre of the International Islamic University Malaysia.
- Taylor, M. (2000). Toward a public relations approach to nation building. *Journal of Public Relations Research*, 12(2), 179–210.
- The Commission on Public Relations Education. (1987). *The Design for Undergraduate Public Relations Education*. Chicago: Public Relations Education.
- Zulhamri, A. & Threadgold, T. (2006). Towards the professionalisation of public relations in Malaysia: Perception management and strategy development. *Public Relations*, 34(3), 285–287.