

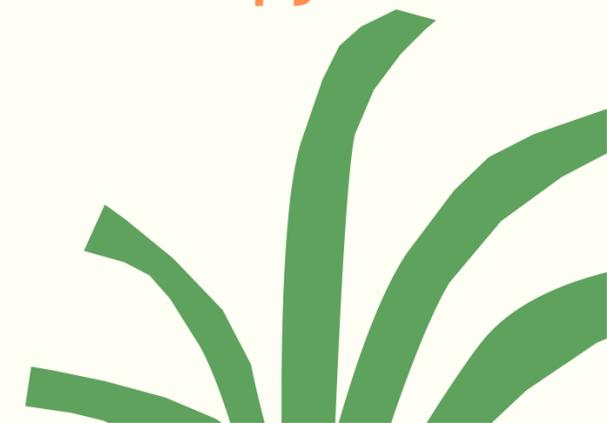


# STRATEGIC

# COMMUNICATION



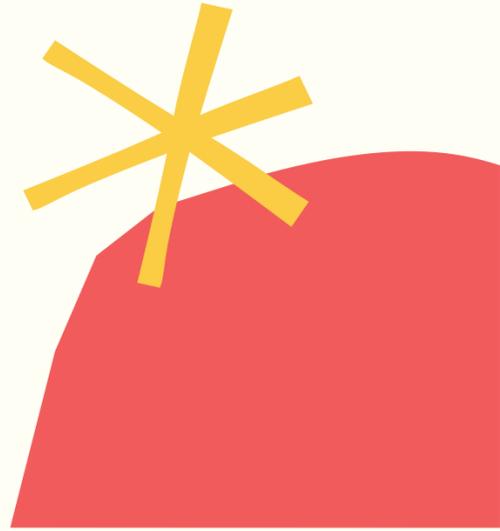
PRESENTED BY: FATHIYA NUR RAHMI, M.I.KOM  
Fathiya,rahmi@upj.ac.id



# CAPAIAN

# PEMBELAJARAN

Mahasiswa mampu menjelaskan pendekatan komunikasi untuk perencanaan program PR





# DEFINISI STRATEGI

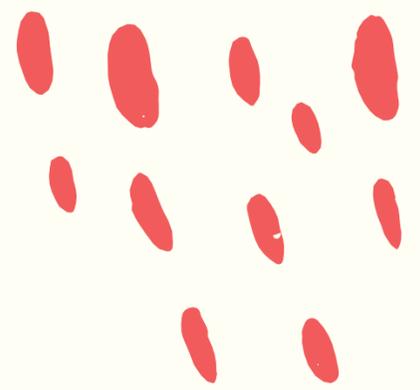


Strategi merupakan landasan tindakan-tindakan, yang dibuat atas dasar beberapa pilihan demi pencapaian tujuan organisasi dan penilaian atas reaksi orang-orang lain.



# DEFINISI KOMUNIKASI STRATEGIS

"Komunikasi strategis yakni komunikasi yang dapat meningkatkan *positioning* organisasi serta daya saing, berdasarkan visi, misi dan nilai organisasi secara konsisten"  
(Hardjana, 2019)



# UNSUR PENGERTIAN KOMUNIKASI STRATEGIS

- **Perencanaan:** komunikasi bermakna strategis bila direncanakan sebagai bagian dari keseluruhan strategi organisasi;
- **Fungsi komunikasi:** mempersatukan semua jenis program komunikasi dalam organisasi menjadi satu fungsi komunikasi yang padu;
- **Konsistensi:** pesan terkait visi, misi, dan nilai yang konsisten disampaikan pada semua jenis kelompok kepentingan.
- **Tujuan pasti:** keputusan tentang tujuan dibuat berdasarkan beberapa pertimbangan alternative sehingga dianggap sah dan dapat dibernarkan karena berdasarkan alasan kuat.



# UNSUR PENGERTIAN KOMUNIKASI STRATEGIS

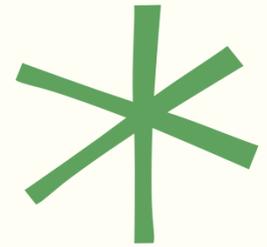
- **Landasan empiris:** dibangun berdasar data hasil riset empiris dan analisis praktek komunikasi;
- **Lingkungan khusus:** berlaku di dalam lingkungan tertentu yang melibatkan organisasi dengan kelompok-kelompok tertentu yang mempunyai pengaruh pada organisasi— kelompok-kelompok pemangku kepentingan.
- **Keharusan evaluasi:** efektivitas implementasi perlu evaluasi sehingga menjadi masukan sebagai alat kontrol manajemen.



# PENDEKATAN KOMUNIKASI STRATEGIS

## A. Corporate Communication Model (CCM)

- Pendekatan CCM bermula dari pengalaman empiris membentuk 'fungsi komunikasi' (*communication function*) guna mengatasi persoalan-persoalan kompleks yang tidak dapat diatasi dengan berbagai macam program komunikasi di dalam organisasi.
- PEM merupakan peningkatan fungsi public relations atas dasar penerapan manajemen strategis pada public relations. (Grunig, 1992).



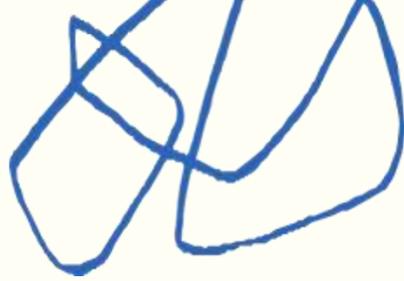
# PENDEKATAN KOMUNIKASI STRATEGIS

## B. Public Relations Excellence Model

- Humas mempengaruhi efektivitas organisasi.
- Di tengah terpaan krisis, keunggulan daya saing organisasi tergantung pada efektivitas komunikasi dan stabilitas relasi. Hubungan timbal balik antar publik merupakan kunci.
- Kehebatan Humas (*PR Excellence*), berdasarkan tiga lapis kompetensi “*Knowledge Core, Shared Expectation, Participative Culture*”.



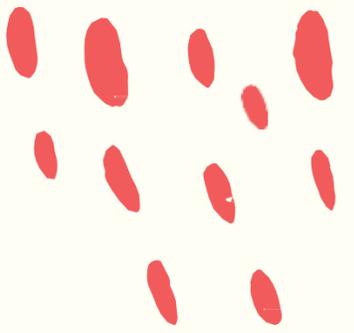
# PENDEKATAN KOMUNIKASI STRATEGIS



## B. Public Relations Excellence Model

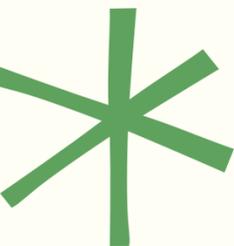
- Departemen komunikasi memiliki keahlian untuk memainkan peran manajemen, termasuk komunikasi negosiasi dan persuasi dua arah.
- Spesialis komunikasi mampu memberi tahu segenap anggota koalisi dominan ‘apa yang diketahui publik, apa yang dirasakan publik, dan bagaimana perilaku publik terhadap keputusan strategis yang sedang diproses.
- Secara konseptual, public relations adalah contoh dari konsep komunikasi strategis





# PENDEKATAN KOMUNIKASI STRATEGIS DALAM PERENCANAAN PROGRAM PUBLIC RELATIONS

- Fase pertama dalam perencanaan strategi dan taktik public relations adalah dengan mengumpulkan data dan informasi terkait dengan program komunikasi.
- Komunikasi dua arah yang menjadi ciri dari public relations sangat membantu dalam proses perencanaan program.



# REFERENCES

- Smith, R. D. (2017). Strategic Planning for Public Relations (5th edition). Routledge.
- Hardjana, A. (2019). Komunikasi strategis: konsep & pendekatan. *Public Relations Indonesia*, 1(2), 1-12.  
<https://jpri.perhumas.or.id/ojs/index.php/jpri/article/view/18>

