

LANJUTAN OPINI PUBLIK

Hugo A. de Roodle mengatakan bahwa strategi PR itu terletak pada cara dan kebijakan dalam mendekati kelompok publiknya sehingga mereka terbuka untuk menerima pesan tersebut. Fungsi PR di dalam pelaksanaannya harus jelas menunjukkan arah ke strategi. Penting dalam pelaksanaannya, lingkungan eksternal berpengaruh terhadap strategi tersebut. Pada umumnya dengan sikap terbuka, komunikasi akan lebih mencapai tujuannya secara optimal, sedangkan pihak lain mudah memberikan tanggapan. Artinya, opini, pendapat dan ide akan lebih mudah diciptakan sehingga relasi akan semakin berkembang dengan baik, organisasi akan semakin berkembang.

PR perlu memperhatikan dan melayani setiap kelompok public dengan masing-masing yang menjadi kepentingannya terpenuhi. Pertemuan atau kunjungan kepada kelompok public juga memberi kesempatan dan secara spontan public dapat menyampaikan opini mereka. Sebaiknya kunjungan semacam ini dapat diprogramkan sehingga bisa dilaksanakan secara teratur. Tentu saja dengan segala konsekuensinya, yaitu dana dan waktu yang diperlukan.

Arah dan tujuan pun harus direncanakan dengan baik sehingga bisa lebih efektif. Bila mengadakan pertemuan pun, perlu diperhitungkan tempat yang lebih memberi kemudahan, suasana yang kondusif untuk bisa berbicara secara efektif dan lain-lain. Perencanaan yang benar-benar terencana akan memberikan hasil yang lebih efektif. Nanti akan muncul dalam evaluasi, sehingga mudah diadakan secara rutin dengan dasar pengalaman tersebut.

Hugo A. de Roode menjelaskan bahwa dalam fungsi PR orang itu penting dan harus mampu mempengaruhi public dengan menggunakan seorang leader atau wakil public yang disegani dan dipercayai, dengan menggunakan media yang tepat agar pesan dapat sampai kepada public secara optimal.

Bagi PR, opini public memiliki makna sebagai berikut:

- a. Merupakan suatu konfirmasi
- b. Merupakan suatu pernyataan terhadap suatu keinginan, kebutuhan yang diungkapkan lewat ide, pendapat, usulan, kritik, keluhan, tulisan atau gambar dan sebagainya.

Bagaimana opini public dapat berhasil efektif? Adanya pengertian! Dalam menyampaikan pesan (dengan cara apa pun), yang penting adalah public bisa mengerti dan menerima pesan tersebut secara terbuka dan sepaham. Untuk mencapai hasil tersebut, perlu digunakan bahasa yang tepat, sehingga mudah dimengerti dan memungkinkan adanya tanggapan, keterbukaan untuk bertanya, memberi kritik dan memberi usulan. Dalam menciptakan opini public disamping pesan harus jelas, transparan, jujur, bentuk dan isinya perlu disesuaikan dengan kelompok public yang dituju, sesuai tingkatan mereka. Dengan kata lain, isi pesan dan berita memang menjadi kebutuhan public tersebut.

Bagi opinion leader, perlu persiapan yang tepat dan lengkap ditinjau dari berbagai segi dan sudut. Pesan tersebut harus memperhatikan kata-kata/bahasa yang tepat, cara/metode penyampaian pesan yang tepat dan cara mengadakan pendekatan kepada public dan frekuensi pemberian informasi/pesan yang tepat.

Supaya pesan mudah diterima, maka perlu diperhatikan taraf kehidupan, budaya, tradisi, pola pikir, perilaku, dsb. Dengan memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lengkap, akan mudah melakukan komunikasi yang efektif.

Ada beberapa factor penting dalam menciptakan opini public dan bagaimana media ikut berperan.

- I. Media dalam menguasai kekuatan public merupakan stimulus perangsang, pentransfer informasi/pesan, sebagai alat injeksi.

Apa artinya media menguasai kekuatan public?

Media massa memiliki kekuatan untuk merubah budaya public atau menggeser budaya public. Contoh: Musik rock, film. Publik benar-benar seperti diinjeksi/disuntik dan tidak berdaya untuk melawan.

- II. Keterbatasan media dalam menguasai kekuatan public *two-step-flow*, *multi-step-flow*; penyebaran berita untuk pembaharuan, teori untuk menyeleksi suatu alat pertimbangan (alat ukur) untuk bertindak secara konsisten.

Apa yang dimaksud keterbatasan media dalam menguasai public? Media tidak bisa langsung mempengaruhi public tetapi berkat adanya opinion leader, maka pengaruh yang diinginkan bisa tercapai. Yang terjadi bisa saja melalui two step flow, atau multi step flow. Di sini figure opinion leader sangat menentukan, dia menerima informasi dari komunikator melalui media, kemudian menyampaikannya kepada public yang dituju.

- III. Kekuatan Public: Uses and gratifications, *mycelium model*

Kekuatan Publik? Maksudnya bahwa public memiliki kekuatan untuk menentukan isi media. Menurut Brouwers peran public bisa mendominasi media. Media massa dan public merupakan bagian dari suatu system dan terlihat media massa sangat tergantung dari public.

- IV. Kekuatan Media: Teori Media yang kritis suatu *lipotese*, menunjuk ke suatu kultur.

Ada pendapat baru mengenai kekuatan media, adanya perhatian terhadap efek yang sebenarnya bukan yang dimaksud komunikator/opinion leader. Dewasa ini media massa berada di tangan kelompok orang-orang penting dan berduit. Apa yang terjadi? Mereka yang menentukan isi media. Media tidak melihat informasi apa yang dibutuhkan public, tetapi pemilik modal yang menentukan isi medianya. Yang kemudia terjadi adalah keinginan pemilik modal untuk mempengaruhi public bisa menjadi kenyataan.

Bagi seorang PR, menciptakan opini public hal yang ideal yang secara terus menerus diusahakan dengan perencanaan yang tepat, sebab dari hasil efek yang telah diolah akan merupakan kelanjutan kehidupan organisasi. Untuk itu menciptakan opini public bagi seorang PR adalah mutlak!!

Bagi organisasi opini public penting untuk:

1. Mengadakan perbaikan
2. Mengadakan perkembangan
3. Menjadi unggulan
4. Menjadikan mampu bersaing.

Dili, 3 Agustus 2010

D. Dwikori Sitaresmi, M.A.

NB. Khusus untuk kepentingan perkuliahan di Istitute Proffesional de Canossa-Dili, Timor Leste.

