

Communication measurement

Dedi M. Gozali, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20146395&lokasi=lokal>

Abstrak

Fungsi public relations (PR) dewasa ini dipandang semakin penting dalam rangka menunjang keberhasilan bisnis perusahaan-perusahaan modern. Bahkan, di pelbagai korporasi besar, fungsi public relations atau komunikasi perusahaan umumnya diletakkan pada level strategis dalam struktur organisasi sejajar dengan fungsi - fungsi lain seperti marketing, keuangan atau SDM.

Namun demikian, dalam praktiknya peran PR sering tidak bisa berjalan optimal. Ironisnya, hal itu terjadi sebagian justru karena kelemahan di sisi mengelola PR sendiri yang tidak mampu mendemonstrasikan nilai kontribusi PR bagi bisnis perusahaan. Keraguan pimpinan perusahaan dalam mendukung program - program PR selalu saja muncul karena mereka tidak tahu secara jelas sasaran-sasaran apa yang ingin dicapai serta bagaimana mengukurnya untuk membuktikan bahwa program-program yang diajukan berhasil atau tidak.