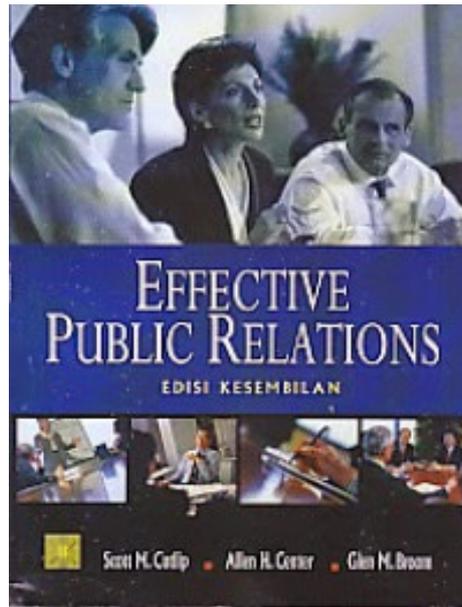


RESENSI BUKU



Judul Buku	:	Effective Public Relations (Edisi Kesembilan)
Penulis	:	Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Gleen M. Broom
Penerbit	:	Kencana, Prenada Media Group
Tahun Terbit	:	2011
ISBN	:	979-3925-49-3
Jumlah Halaman	:	548

Effective Public Relations adalah sebuah buku pegangan bagi para praktisi dunia PR (*Public Relations*) atau juga dikenal sebagai Humas (Hubungan Masyarakat) yang telah eksis selama lebih dari lima dekade (edisi pertama tahun 1952). Dalam edisi kesembilan buku ini, penulis berusaha untuk memberikan pandangan terkait gagasan bagaimana praktisi Humas sebaiknya dijalankan secara efektif juga efisien. Hal yang membuat buku ini juga terus eksis adalah fokus pembahasan terhadap pengaruh disrupti teknologi yang menjadikan teori dan konsep dalam praktik dunia PR selalu *up-to-date* dan membahas studi kasus terkini dengan contoh isu dan praktik yang detail dan jelas. Dalam buku ini menekankan akan pentingnya membangun hubungan yang baik dan bermanfaat bagi citra organisasi terhadap pihak internal maupun eksternal.

Buku ini cocok bagi individu yang sedang mendalami dunia Humas. Buku ini berusaha untuk memberikan pandangan tentang bagaimana wajah seorang PR yang profesional, kontekstual, dan paham akan substantif. Pendekatan teori dan konsep PR yang dipadukan dalam kajian kontemporer hingga disrupsi teknologi membuat buku ini terasa lengkap dan mampu memenuhi kebutuhan khalayak untuk mengetahui pentingnya peran seorang humas dalam sebuah organisasi non-profit, asosiasi dagang, maupun organisasi pemerintah.

Buku ini terdiri dari empat bagian dengan 16 bab di dalamnya. Empat bagian dalam buku ini adalah bagian 1 tentang “Asal usul, konsep praktisi, dan konteks”, bagian 2 tentang “Yayasan”, bagian 3 tentang “Proses manajemen”, bagian 4 tentang “Praktik”. Pembagian topik pembahasan yang jelas dalam buku ini membuat pemahaman akan teori dan konsep praktik PR dapat dengan mudah dipahami.

Salah satu kajian menarik dalam buku ini adalah pembahasan tentang bagaimana konsep peran media eksternal dan hubungan media telah dijelaskan secara rinci melalui pendekatan historis yang membuat pembaca dapat memahami sejarah dan evolusi PR dalam memanfaatkan media, termasuk bagaimana cara berhubungan dengan para jurnalis dari media.

Harus diakui bahwa buku ini telah mengemas dengan baik teori dan konsep praktik PR dalam pendekatan disrupsi teknologi. Namun sayangnya, walaupun telah berusaha mengaitkan dengan pendekatan disrupsi teknologi, ada satu celah besar dalam buku ini yang patut menjadi pertimbangan bagi pembaca dalam menjadikannya sebagai bahan bacaan. Celah tersebut adalah kurangnya kajian akan media sosial yang saat ini dapat dikatakan sebagai produk terbesar dari era disrupsi teknologi.

Peran media sosial hanya dijelaskan sedikit dalam buku ini pada sub-bab pembahasan tentang *owned* media (aset digital yang dimiliki sepenuhnya oleh perusahaan). Kritik akan buku ini terlalu memfokuskan pada *earned* media (eksposur yang diperoleh tanpa biaya melalui dukungan pihak ketiga). Padahal, pengelolaan terhadap sosial media perusahaan dapat menjadi pembahasan tersendiri yang ditandai dengan lahirnya pekerjaan “*Social Media Specialist*” di berbagai perusahaan besar.

Pada akhirnya buku ini tetap menjadi rekomendasi yang baik untuk dibaca, mengingat bahwa nilai kajian evolusi historis peran PR disampaikan dengan baik dan rinci sehingga membuat pembaca dapat memahami betapa pentingnya peran PR dari masa ke masa.

Selain itu, pendekatan disrupsi teknologi yang menjadi kajian penting dalam setiap bab-nya membuat buku ini *up-to-date* dan mampu memenuhi kebutuhan akan teori dan konsep yang perlu dipahami bagi setiap praktisi PR.

Buku ini juga berhasil menjelaskan *step-by-step* (langkah demi langkah) tentang bagaimana manajemen PR mulai dari perencanaan dan pemrograman hingga manajemen risiko yang penting untuk diketahui oleh setiap praktisi PR. Tidak hanya itu, buku ini juga memberikan pandangan praktik PR dari berbagai sektor organisasi yang membuatnya kaya akan materi dari banyak sudut pandang. Buku ini menjadi rekomendasi yang layak untuk dibaca oleh pemula yang sedang merintis dari awal untuk memahami tentang dunia PR.

Oleh :

Nama Lengkap : **Ahmad Hafizh Arrajab**
NIM : **2019041162**
Prodi : **Ilmu Komunikasi**