

SEKRETARIS PROFESIONAL DALAM MENDUKUNG *PUBLIC RELATIONS* DI PERUSAHAAN

Antje Bertha Dimpudus

Akademi Sekretari Manajemen Indonesia (ASMI) Klabat
(nonamambu@yahoo.com)

Abstrak

Public relations berfungsi sebagai manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara sebuah organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Profesi *public relations* semakin bias tanpa adanya spesialisasi profesi, sehingga diharapkan seorang praktisi *public relations* memahami perannya dengan baik, bukan hanya sekedar pelengkap pekerjaan dan pekerjaan rangkap seorang sekretaris direksi.

Kata Kunci: profesional, *public relations*, sekretaris

Abstract

Public relations function as management that develops and maintains a good and beneficial relationship between the organization and public that affects the success or failure of the organization. Public relations profession is increasingly biased in the absence of professional specialization, so it is expected that a public relations practitioner understands his or her role, not merely a complement to the work and the dual work of a secretary of director.

Keywords: professional, public relations, secretary

Menurut Rosidah (2000), sekretaris masa depan dituntut untuk dapat berpikir kritis dan bertindak secara profesional. Untuk itu, beberapa persyaratan yang harus dimiliki oleh sekretaris yang profesional antara lain:

1. Syarat pengetahuan yang meliputi (a) pengetahuan tentang misi, visi, fungsi, tugas-tugas, struktur organisasi, dan personil organisasi, (b) pengetahuan yang berhubungan dengan bidang tugasnya, pengetahuan baik bahasa Indonesia maupun bahasa asing jika diperlukan, dan (c) pengetahuan bidang administrasi dan manajerial.
2. Syarat keterampilan yang berarti bahwa seorang sekretaris, di samping dituntut mempunyai pengetahuan, juga harus terampil menerapkan pengetahuannya untuk kepentingan kerja. Keterampilan yang dituntut meliputi keterampilan berkomunikasi, korespondensi, tata

kearsipan, dan keterampilan dalam melakukan aktivitas kerja kantor lainnya.

3. Syarat kepribadian yang memegang peranan penting dalam menunjang kerja, bahkan untuk hal-hal tertentu, prasyarat kepribadian lebih dominan dibandingkan prasyarat lainnya. Kepribadian yang menarik adalah kepribadian yang dinamis, dewasa, penuh percaya diri, terbuka, penuh rasa tanggung jawab, loyal, sopan, dan jujur.

Lebih lanjut Rosidah (2000) hal-hal lain yang menunjang pembentukan kepribadian adalah: (1) dalam hal penampilan: kebersihan pribadi, kerapian pribadi, berbusana yang serasi, dan penampilan yang menarik, (2) dalam hal berbicara yang baik: intonasi dan volume suara yang enak didengar dan penyampaian yang sistematis, (3) dalam hal sikap bisnis: setia, dapat dipercaya, ramah tamah dan penuh perhatian, dapat bekerjasama, dan menghargai waktu.

Public relations, atau dalam Bahasa Indonesia hubungan masyarakat, merupakan suatu proses

komunikasi dua arah yang sering terjadi pada suatu lembaga organisasi, baik komunikasi internal maupun eksternal dari organisasi tersebut. *Public relations* yang baik mutlak dimiliki semua anggota masyarakat pada umumnya dan terutama masyarakat organisasi pada khususnya guna adanya kelancaran hubungan kerja yang baik di organisasi tersebut. Hubungan kerja yang baik akan bisa dicapai jika masing-masing pihak di dalam organisasi tersebut memiliki pengertian satu sama lain.

Profesi seorang sekretaris banyak menyita waktu dengan aktivitas berinteraksi dengan orang lain. Seorang sekretaris sering dihadapkan pada suatu keadaan di mana mereka melakukan atau mengatakan sesuatu untuk mempererat hubungan dengan seseorang, baik dengan orang dari luar perusahaan atau dari dalam perusahaan. Pengembangan hubungan kerja yang dijalankan seorang sekretaris dalam kedudukannya sebagai seorang *human relations* dapat dilaksanakan melalui penerapan dan pemanfaatan aspek-aspek komunikasi secara baik dan benar.

Seorang sekretaris dalam kedudukannya sebagai orang terdekat dengan pimpinan puncak sering bertindak sebagai *public relations*, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Hal ini berkaitan dengan tanggungjawabnya untuk menjaga citra perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahas mengenai keterkaitan tugas-tugas kesekretariatan dengan aktivitas *public relations*.

Keterkaitan Sekretaris dengan Aktivitas *Public Relations*

Raden (2009) dalam tulisannya mengatakan bahwa posisi seorang sekretaris sering menuntut adanya kemahiran sendiri untuk menjadi *public relations* karena seringnya seorang sekretaris menjadi *contact person* dengan mitra eksternal. Sekretaris mempunyai peran yang strategis sebagai salah satu sumber informasi bagi para pengambil keputusan. Dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat saat ini, kemampuan citra perusahaan perlu terus menerus dipertahankan; salah satunya adalah melalui kemantapan dan ketepatan cara kerja seorang sekretaris dalam 'mengamankan' perusahaan. Dalam hal ini, selain pemahaman tentang kebijakan perusahaan dan kehandalan untuk menerapkannya secara praktis dan taktis, seorang sekretaris perlu pula mengoptimalkan kemampuannya untuk melakukan komunikasi secara profesional dan strategis.

Kedudukan sekretaris sebagai sumber informasi bagi pimpinan dan sebagai penyampai informasi dari pimpinan kepada pihak yang berkaitan menjadikan seorang sekretaris sebagai 'Pejabat Humas'. Pertama, jabatan sekretaris yang mempunyai akses langsung kepada manajemen puncak sangat memungkinkan dia untuk bertindak sebagai *public relations*. Terdapat beberapa hal lain yang menyebabkan seorang sekretaris sangat layak untuk berhubungan secara cepat dan langsung dengan pimpinan tanpa melalui orang lain. Kedua, kedudukan seorang sekretaris yang demikian akan memungkinkan dia untuk dapat mengikuti rapat-rapat staf inti. Ketiga, dengan akses pada hal-hal personal maupun informasi yang dimilikinya, seorang sekretaris dapat mengetahui latar belakang dari suatu kebijakan dan keputusan yang diambil.

Dengan ketiga aspek yang dimiliki tersebut, seorang sekretaris akan mendapat informasi langsung dari tangan pertama tentang informasi yang dapat langsung disebarkan dan informasi yang harus disimpan. Seorang sekretaris akan mengetahui tindak lanjut dari keputusan yang telah diambil dan dapat memantau perkembangannya. Dalam perannya sebagai *public relations*, seorang sekretaris hendaknya tidak hanya bersikap reaktif, tetapi harus menjadi sumber informasi. Perannya berkaitan juga dengan pemberian sumbang saran untuk mengevaluasi umpan balik masyarakat tentang kebijaksanaan perusahaan.

Agar tugas-tugas sekretaris sebagai *public relations* dapat berjalan dengan baik, seorang sekretaris harus membangun hubungan yang baik dengan pihak internal maupun eksternal. Hubungan yang baik ini akan membentuk suatu jaringan kerja (*network*). Contoh jaringan kerja internal yang dibangun adalah dengan resepsionis, bagian keuangan, personalia, direksi/manager lain, dan sekretaris lain. Jaringan kerja internal ini sangat penting dalam kegiatan sekretaris yang berkaitan dengan *public relations* internal. Misalnya, bagi seorang sekretaris yang direktur utamanya harus menyampaikan keputusan pimpinannya kepada segenap anggota organisasi, dia harus berhubungan dengan bagian personalia dan manager lain. Walaupun mekanisme formal dalam organisasi sudah ada, hubungan personal yang baik akan memperlancar tugas tersebut.

Hubungan eksternal yang baik akan sangat mendukung tugas sekretaris yang berkaitan dengan aktivitas *public relations*. Pembinaan hubungan yang baik dengan pihak luar (misalnya klien, kalangan pemerintah, dan masyarakat luas) akan banyak membantu kegiatan *public relations*.

Aktivitas *Public Relations* dan Citra Perusahaan

Lebih lanjut Raden (2009) mengatakan bahwa mengatasi suatu masalah yang secara bersama dianggap merugikan merupakan salah satu aktivitas *public relations* dalam memelihara atau membentuk citra perusahaan. Aktivitas ini dilakukan perusahaan bekerja sama dengan lembaga-lembaga lain yang bertujuan untuk mengatasi masalah yang dirasakan merugikan masyarakat luas.

Dengan aktivitas ini, perusahaan akan menunjukkan kepada masyarakat bahwa mereka juga memperhatikan masalah-masalah tersebut. Di Indonesia banyak sekali lembaga nirlaba yang dapat diajak bekerja sama dalam proyek ini. Aktivitas *public relations* harus selaras dengan tujuan perusahaan, terutama mengenai hal-hal yang ingin dicapai oleh manajemen dalam aktivitasnya.

Hal-hal yang dapat dilakukan *public relations* dalam mendukung tujuan perusahaan adalah: (1) mempromosikan barang atau jasa, (2) mendeteksi isu dan peluang yang berpengaruh pada perusahaan, (3) menetapkan bentuk organisasi dalam berhubungan dengan publik, (4) meningkatkan nama baik seluruh karyawan, (5) mencegah dan menyelesaikan masalah ketenagakerjaan, (6) meningkatkan nama baik pemegang saham, (7) menghindari kesalahpahaman atau kecurigaan publik pada perusahaan, (8) menginvestigasi perilaku kelompok-kelompok yang mempengaruhi organisasi, (9) memformulasikan kebijakan-kebijakan dan cara penerapan, dan (10) memperhatikan perubahan-perubahan yang berhubungan dengan *public relations*.

Kapan aktivitas *public relations* dilakukan dikembalikan pada kebijaksanaan perusahaan dan apa yang ingin dicapai dalam aktivitas tersebut. Pada prinsipnya, aktivitas *public relations* adalah untuk meningkatkan citra perusahaan; namun, harus juga dipertimbangkan tujuan-tujuan khusus yang disesuaikan dengan tujuan perusahaan.

Berikut ini adalah beberapa tujuan perusahaan yang membutuhkan dukungan dari aktivitas *public relations* yang berkaitan dengan citra perusahaan: (1) mengubah citra perusahaan, (2) mendukung usaha-usaha pemasaran dan promosi perusahaan, (3) mengimbangi publikasi yang merugikan perusahaan dan mengembalikan kepercayaan konsumen, (4) membuat pemerintah dan lembaga legislatif memperhatikan aktivitas perusahaan, (5) menunjukkan semangat untuk memberikan yang terbaik kepada masyarakat dengan menarik produk gagal atau rusak yang dapat merugikan, dan (6) menjelaskan kebingungan konsumen

dengan masuknya produk palsu atau produk imitasi.

Peran sekretaris sebagai salah satu figur *public relations officer* mempunyai peran yang penting karena kedudukannya sebagai kepanjangan tangan direksi atau manajemen. Kedudukan strategis tersebut menjadikan seorang sekretaris harus mengemban tanggung jawab yang lebih ditekankan untuk fungsi sebagai penjaga citra perusahaan dalam menghadapi situasi krisis. Situasi krisis datang secara mendadak dan perlu penanganan segera, sehingga seorang sekretaris yang dekat dengan pengambil keputusan mempunyai peran yang cukup penting.

Dalam situasi yang cukup kritis, seorang sekretaris akan bertindak sebagai 'pasukan pemadam sukarela' untuk menyelamatkan citra perusahaan. Situasi kritis sering diartikan sebagai saat yang dapat mempengaruhi hidup matinya perusahaan.

Tujuan dan Fungsi *Public Relation*

Bulitha (2012) menuliskan bahwa tujuan dari *public relations* adalah:

1. *Memelihara dan membentuk saling pengertian (Aspek Kognisi)*. Saling pengertian dimulai dari saling mengetahui atau mengenal tujuan humas dan pada akhirnya adalah membuat publik dan organisasi/lembaga mengenal baik mengenai kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing.
2. *Menjaga dan membentuk saling percaya (Aspek Afeksi)*. Untuk mencapai tujuan saling percaya ini, prinsip-prinsip komunikasi persuasif dapat diterapkan. Keberadaan sikap saling percaya masih bersifat laten, yakni ada pada keyakinan seseorang akan kebiasaan/ketulusan orang lain (organisasi/lembaga) dan juga pada keyakinan organisasi akan kebaikan/ketulusan publiknya.
3. *Memelihara dan menciptakan kerja sama (Aspek Psikomotoris)*. Bantuan dan kerja sama ini sudah dalam bentuk perilaku atau termanifestasikan dalam bentuk tindakan tertentu.

Fungsi dari *public relations* dapat dibagi dalam dua bagian:

1. Fungsi Konstruktif
Fungsi konstruktif ini mendorong humas membuat aktifitas ataupun kegiatan-kegiatan yang terencana dan

berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif.

2. Fungsi Korektif

Fungsi korektif berperan sebagai 'Pemadam Kebakaran'. Apabila dalam sebuah organisasi atau lembaga terjadi masalah-masalah (krisis) dengan publik, maka humas harus berperan dalam mengatasi masalah-masalah tersebut.

Peran *public relations* dalam suatu organisasi dapat dibagi kedalam empat kategori (Dozier and Broo, 1995). Peran tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Communication Technician*. Peranan *Public Relations* erat kaitannya dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peran ini menjadikan praktisi *public relations* sebagai *journalist in resident* yang menyediakan layanan teknis komunikasi.
2. *Expert Prescriber* (Penasihat Ahli). Pakar maupun praktisi *public relations* yang memiliki kemampuan tinggi dapat membantu memberikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya kepada *top management*. Dalam hal ini, seorang praktisi *public relations* biasanya mendefinisikan permasalahan yang terjadi dalam organisasi, maupun suatu program sekaligus bertanggung jawab terhadap semua bentuk implementasi dari program yang telah dibuatnya.
3. *Communication Facilitator*. Praktisi *public relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator antara organisasi dengan publiknya. Selain itu, dalam peranan ini praktisi *public relations* harus dapat menjaga komunikasi dua arah secara timbal balik dan mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi dengan tetap membuka saluran komunikasi.
4. *Problem Solving Process Facilitator*. Sebagai bagian dari *strategic planning team*, *public relations* bekerja sama dengan unit lain dalam organisasi untuk memecahkan persoalan *public relations*. Ini dimaksudkan untuk membantu *top management* mengambil keputusan secara profesional dan rasional ditengah krisis.

Langkah *Public Relations* dalam Mendukung Tujuan Perusahaan

Sulya (2008) menuliskan langkah-langkah *public relations* dalam mendukung tujuan perusahaan: (1) mempromosikan barang atau jasa, (2) mendeteksi isu-isu kunci dan peluang-peluang yang mempengaruhinya, (3) menetapkan sikap organisasi dalam berhubungan dengan publik, (4) meningkatkan itikad baik dengan seluruh karyawan, (5) mencegah dan menyelesaikan masalah ketenagakerjaan, (6) meningkatkan itikad baik pemegang saham, (7) menghindari kesalahpahaman atau kecurigaan publik pada perusahaan, (8) menginvestigasi perilaku kelompok-kelompok yang mempengaruhi organisasi, (9) memformulasikan kebijakan-kebijakan dan cara penerapan, dan (10) memperhatikan perubahan-perubahan yang berhubungan dengan *public relations*. Seorang sekretaris juga dapat dijadikan pusat informasi di dalam kantor; paling tidak, seorang sekretaris harus sangat mengetahui bagian yang ditanganinya sendiri.

Dengan bertindak sebagai pusat informasi, seorang sekretaris mampu menjalankan peran strategis, peran teknis, dan peran pendukung. Pertama, peran strategis adalah peran yang diharapkan dapat memberikan pengaruh positif pada status dan performansi organisasi secara jangka panjang, yang dapat tercapai melalui kelancaran arus informasi baik ke dalam maupun ke luar. Kedua, peran teknis adalah peran yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja pimpinan. Aktivitas sekretaris yang menyalurkan informasi kepada pimpinan secara jelas dan akurat akan sangat membantu dan memfasilitasi pimpinan untuk menjalankan fungsinya dengan baik. Dengan demikian, semakin berat beban kerja pimpinan, semakin intensif pula tugas sekretaris. Ketiga, peran pendukung adalah peran yang diharapkan dapat memberikan hal positif kepada anggota organisasi lainnya dan dapat dicapai dengan pendistribusian informasi (masuk dan keluar).

Secara keseluruhan, kedudukannya sebagai pusat informasi memungkinkan seorang sekretaris berperan lebih jauh lagi untuk mengatur kalender dan jadwal pekerjaan, mengelola dokumen dan sistem penyimpanannya, menjadi *event organizer* untuk pertemuan internal dan eksternal, mengelola kondisi dan kerapian kantor, membentuk atmosfir kantor, dan menjadi *travel arranger* pimpinan.

Ahmad dan Hibrum (2011) mengatakan bahwa permintaan akan jasa konsultasi *public relations* dan manajer *public relations* yang handal sangatlah tinggi. Mereka bahkan acapkali dipandang sebagai dewa penyelamat dan diharapkan mampu menciptakan kajaiban.

Namun, tentu saja sehebat dan sependai apa pun mereka, mereka tidak mungkin mampu mengerjakan semua hal dengan sempurna. Selain itu, bidang *public relations* memang demikian luas. Di banyak biro iklan yang mewakili divisi *public relations*, biasanya bidang tugas dan strukturnya tidak dibakukan guna mengantisipasi aneka rupa perkembangan dalam profesi tersebut. Konsekuensinya, seorang pejabat *public relations* selalu dituntut untuk belajar. Dia haruslah rendah hati, tekun, dan cepat menyesuaikan diri. Kemampuan dan kemauan untuk mempelajari hal-hal baru mutlak diperlukan.

Ahmad (2011), tujuh kriteria yang merangkum keahlian seorang praktisi *public relations* yang baik: (1) mampu menghadapi semua orang yang memiliki aneka ragam karakter dengan baik; itu berarti dia harus mampu dan mau berusaha untuk memahami serta, terkadang, bersikap toleran kepada setiap orang yang dihadapinya tanpa harus menjadi seorang penakut atau penjilat, (2) mampu berkomunikasi dengan baik; artinya, dia mampu menjelaskan segala sesuatu dengan jernih, jelas, dan lugas, baik itu secara lisan, tertulis, atau visual (misalnya melalui gambar atau foto-foto), (3) pandai mengorganisasikan segala sesuatu; hal ini tentunya menuntut kemampuan di dalam kehidupan pribadi, (4) memiliki integritas personal, baik dalam profesi maupun dalam kehidupan pribadinya, (5) memiliki imajinasi; artinya, daya kreatifnya cukup baik sehingga dia mampu membuat jurnal internal, menulis naskah untuk film dan video, menyusun rencana kampanye *public relations* yang rinci dan jelas, serta mampu mencari dan menemukan cara-cara yang semula tak terbayangkan guna memecahkan berbagai masalah, (6) mampu mencari tahu; seorang praktisi *public relations* dituntut untuk memiliki akses informasi yang seluas-luasnya; dalam hal ini, ia memang dituntut untuk menjadi seorang yang serba tahu, dan (7) mampu melakukan penelitian dan mengevaluasi hasil-hasil dari suatu kampanye *public relations* serta belajar dari hasil-hasil tersebut.

Kesimpulan

Pengetahuan *public relations* wajib dimiliki oleh seorang sekretaris guna menghadapi perannya sebagai figur *public relations* atau 'pejabat humas' di mata masyarakat yaitu kemahiran sekretaris untuk menghadapi atau menjadi citra perusahaan baik di pihak internal maupun eksternal karena sekretaris mempunyai peran yang strategis sebagai salah satu sumber informasi bagi para pengambil keputusan. Dalam menghadapi situasi persaingan

yang semakin ketat saat ini, kemampuan citra perusahaan perlu terus menerus dipertahankan; salah satunya adalah melalui kemandirian dan ketepatan cara kerja seorang sekretaris dalam 'mengamankan' perusahaan, yaitu dengan komunikasi yang tepat, profesional, dan strategis.

Sekretaris harus menjalankan fungsi *public relations* dengan baik, terutama dalam situasi krisis. Situasi krisis datang secara mendadak dan perlu penanganan segera, sehingga seorang sekretaris yang dekat dengan pengambil keputusan mempunyai peran yang cukup penting. Dalam situasi yang cukup krisis, sekretaris akan bertindak sebagai 'pasukan pemadam sukarela' untuk menyelamatkan citra perusahaan. Situasi krisis sering diartikan sebagai saat yang dapat mempengaruhi hidup matinya perusahaan.

Daftar Pustaka

- Ahmad. (2011). *Public Relations*. Diambil dari public-relations.blogspot.com/2011/11/public-relation.html.
- Ahmad, L. H., & Hibram, D. (2011). *Sekretaris, public relation*. Diambil dari <http://publicrelation.blogspot.com/2011/public-relation.html>
- Aji Sularso. 2006. Profesionalisme Humas Dalam Menghadapi Tantangan, *Jurnal Komunikasi* Vol 9. No. 2. 2006. Diakses dari <http://books.google.co.id/peran+public+relation>
- Bulitha. (2012). *Fungsi, tujuan dan tugas public relation*. Diambil dari <http://titha-bulitha.blogspot.com/2012/05/fungsi-peran-tujuan-tugas-public.html>
- Ermawati. (2013). Peranan Sekretaris Profesional Sebagai *Public Relation* Dalam Organisasi. Diakses dari [http://eprints.uny.ac.id/16866/1/tugas akhir](http://eprints.uny.ac.id/16866/1/tugas%20akhir).
- Raden, F. (2009). *Public relation*. Diambil dari <http://agis-raden.blogspot.com/2009/02/public-relations.html>
- Rosidah. (2000). *Peran sekretaris profesional sebagai public relation dalam organisasi*. Yogyakarta, Indonesia: Universitas Yogyakarta.
- Sulya. 2008. *Sekretaris Sebagai Public Relations* diambil dari sulya.blogspot.com.