



“Komunikasi yang baik dan tepat akan membuat publik memahami secara jelas tentang kebijakan-kebijakan suatu perusahaan atau lembaga,” ujarnya.

Public Relation (PR) memiliki peran yang krusial dalam sebuah perusahaan. PR berfungsi sebagai corong perusahaan yang bertugas menciptakan dan mempertahankan citra positif di hadapan publik. Dalam praktiknya, PR menjadi bagian dari perangkat perusahaan yang bertanggung jawab terhadap penyampaian pesan dan citra perusahaan.

Dian menambahkan, PR bertanggung jawab dalam membangun dan menjaga citra serta reputasi perusahaan, baik di lingkungan internal maupun eksternal.

“Saat ini, PR mendapatkan perhatian dari masyarakat. Keterbukaan informasi yang luar biasa membuat masyarakat lebih kritis dibanding masa sebelumnya,” jelasnya.

Di tengah kondisi ini, seorang PR dituntut untuk terus belajar dan mengembangkan kemampuannya. PR tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan informasi kepada publik, tetapi juga memberikan manfaat bagi perusahaan melalui strategi yang tepat.

“PR harus terus berinovasi karena dunia bisnis yang kompleks mendesak perusahaan mencari cara dan gaya berkomunikasi yang lebih efektif,” tambah Dian.

Selain itu, kehadiran generasi milenial dalam lanskap komunikasi perusahaan harus diperhatikan dengan serius. Perkembangan PR pada era modern saat ini menciptakan fenomena meningkatnya saling ketergantungan antara individu, kelompok, perusahaan, dan negara. Kerja sama ekonomi langsung telah melibatkan jejaring internasional, gagasan, dan kolaborasi strategis.

Hal ini menyebabkan PR memiliki fungsi dan peran yang semakin penting di masyarakat. Fungsi PR meliputi komunikasi kepada

karyawan, identitas perusahaan, investor relation, serta komunikasi krisis dan manajemen masalah.

“Pentingnya PR sangat terlihat dalam era yang semakin canggih ini. Eksplorasi informasi sangat cepat dari satu bagian dunia ke bagian lainnya akibat perkembangan teknologi komunikasi,” ungkap Dian.

Menurutnya, masyarakat saat ini lebih canggih dan skeptis terhadap setiap masalah, sehingga perusahaan tidak bisa mengharapkan publik menyetujui setiap tindakannya begitu saja.

Informasi yang datang saat ini lebih istimewa dibanding sebelumnya. Banyak orang berharap dan menginginkan sesuatu yang lebih baik. Karena itu, peran PR menjadi semakin vital dalam menjaga hubungan yang baik dengan publik dan memastikan informasi tersampaikan dengan efektif. []