



MODUL PERKULIAHAN

PROPOSAL KEGIATAN KEHUMASAN

Penyusunan Proposal Untuk Kegiatan Kehumasan

Fakultas	Program Studi	Modul	Kode MK	Disusun Oleh
Ilmu Komunikasi	Hubungan Masyarakat	01	HMS304	Indriati Yulistiani S.sos. M.si

Abstract

Pokok bahasan mata kuliah Proposal Kegiatan Kehumasan dan pentingnya proposal bagi kegiatan kehumasan.

Kompetensi

Mahasiswa memahami mengenai mata kuliah yang dipelajari dan pentingnya proposal bagi seorang humas

Pembahasan

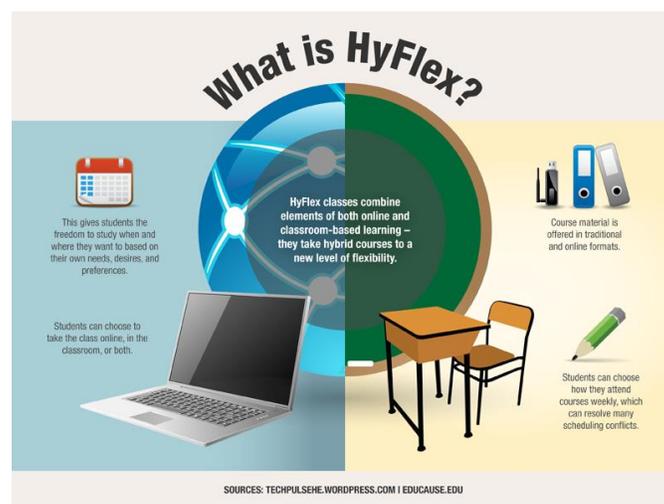
Selamat datang di awal Semester, dan selamat bertemu dengan salah satu materi baru yang anda pelajari dalam semester ini. Di pertemuan pertama ini, saya akan menjelaskan mengenai isi mata kuliah Proposal Kegiatan Kehumasan yang anda ambil ini. Saya juga akan menjelaskan mengenai tugas dan penilaian yang diterapkan. Selain itu, di materi awal ini, saya juga akan menjelaskan arti penting sebuah proposal dalam kegiatan yang dirancang dan dijalankan oleh para humas.

Mengenai Mata Kuliah Proposal Kegiatan Kehumasan

Mata Kuliah Proposal Kegiatan Kehumasan adalah salah satu mata kuliah intermediate yang diambil para mahasiswa setelah menyelesaikan beberapa mata kuliah yang menjadi prasyarat. Mata kuliah dengan 3 (tiga) SKS ini, diberikan dalam 2 (dua) metode pengajaran, yaitu metode tatap muka untuk para mahasiswa reguler dan metode *Hybrid online* bagi anda para mahasiswa paralel.

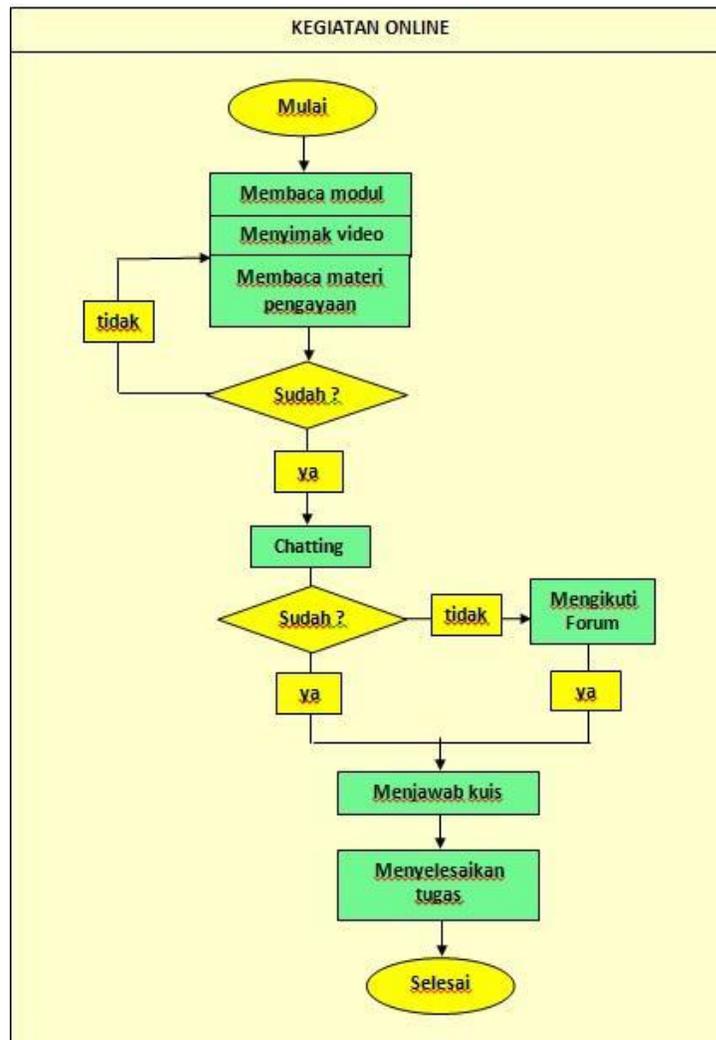
MK Proposal Kegiatan Kehumasan Metode Hybrid Online

Saya akan memberikan penjelasan lanjutan mengenai mata kuliah Proposal Kegiatan Kehumasan dengan metode *Hybrid online*, seperti yang anda ambil saat ini. Perlu menjadi catatan bahwa mata kuliah ini diampu oleh beberapa dosen di 3 kampus yang dimiliki Universitas Esa Unggul. Itu sebabnya, akan ada beberapa variasi dalam mata kuliah ini, yang diberikan oleh masing-masing dosen pengampunya. Variasi yang diberikan, saya yakin akan memberikan keragaman dan pastinya akan memperkaya materi mata kuliah secara keseluruhan.



Metode *hybrid online* yang sekarang diterapkan mewajibkan seluruh 14 pertemuan akan dilakukan secara *online* (non tatap muka). Semua materi akan di-*upload* di web pembelajaran online atau *e-learning* Universitas Esa Unggul yang beralamat <https://elearning.esaunggul.ac.id/>. Materi akan diberikan di awal Minggu oleh masing-masing dosen pengampu. Materi yang diberikan adalah video yang seperti yang anda saksikan saat ini, yang disertai dengan modul. Dosen anda juga akan memberikan *link* untuk pengayaan materi sehingga pemahaman anda atas materi yang diberikan semakin mendalam dan sempurna.

Anda jangan khawatir jika materi yang diberikan masih belum sepenuhnya dimengerti. Anda dapat memanfaatkan “Forum Diskusi” bersama dosen anda. Perhatikan waktu yang dibuka untuk “Forum Diskusi” ini karena setiap dosen dapat berbeda.



Bagan 1: Kegiatan Online

Penilaian Mata Kuliah Proposal Kegiatan Kehumasan

Jika anda sudah membaca modul, menonton video, membuka dan membaca *link* pengayaan serta melakukan diskusi, saatnya anda melakukan tugas dan kuis yang akan diberikan dalam setiap sesi. Tugas dan kuis akan diberikan oleh masing-masing dosen sehingga dapat bervariasi bentuknya. Sekali lagi, perbedaan ini justru akan memberikan pengayaan terhadap keseluruhan materi.

Perhatikan betul batas akhir waktu mengerjakan kuis dan mengumpulkan tugas anda. Melewati batas waktu akan membuat kuis dan tugas yang sudah anda kerjakan tidak dapat dinilai. Secara umum, Tugas dan Kuis masing-masing akan memberikan kontribusi nilai masing-masing sebesar 20%. Jadi jangan sampai terlewat dalam mengerjakannya.



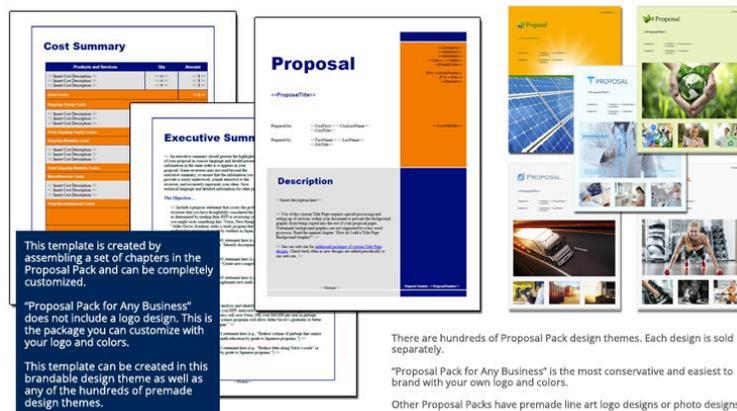
Sumber: elearning.esaunggul.ac.id

Komponen penilaian anda akan dilengkapi dengan nilai Ujian Tengah Semester dan nilai Ujian Akhir Semester. UTS akan diberikan setelah materi ke 7 dan UAS diberikan setelah materi ke 14. Materi UTS dan UAS akan diberikan oleh masing-masing dosen pengampu sehingga bentuknya dapat berbeda-beda sesuai kebutuhan di masing-masing kelas. Namun yang pasti, di akhir mata kuliah ini, anda diharapkan sudah mengetahui cara membuat dan juga mempraktekkan pembuatan sebuah proposal untuk kegiatan kehumasan.

Namun jangan lupa, anda mungkin tidak dapat mengikuti UTS dan UAS jika presensi (kehadiran) anda dianggap tidak mencukupi. Anda dianggap melakukan presensi jika semua komponen dalam kuliah *online* ini dipenuhi.

Materi Dalam MK Proposal Kegiatan Kehumasan

Mata kuliah Proposal Kegiatan Kehumasan akan diberikan dalam 14 sesi *online*. Setiap sesi akan membahas materi yang berbeda. Setiap materi pada dasarnya akan saling kait mengkait, memberikan pengetahuan pada anda mengenai cara membuat sebuah proposal untuk kegiatan *public relation* yang akan anda selenggarakan. Setiap materi akan disertai tugas, terkait tahap-tahap dalam pembuatan proposal, sehingga produk akhir yang diharapkan adalah kemampuan membuat proposal. Lebih jauh, proposal yang sudah anda buat dapat menjadi *portofolio* mengenai kemampuan atau *skill* yang anda miliki sebagai calon *public relation person* atau humas di masa depan.



7 (tujuh) materi akan diberikan dalam 7 (tujuh) sesi pertama sebelum Ujian Tengah Semester. 7 (tujuh) mater lainnya akan diberikan sesudah UTS. Materi-materi tersebut adalah:

1. Sesi 1: Opening: Gambaran mengenai mata kuliah dan produk akhir yang diharapkan.
2. Sesi 2: Perbedaan Proposal Marketing, Advertising & Humas
3. Sesi 3: Konsep Dasar Proposal Kegiatan Kehumasan
4. Sesi 4: Perencanaan Kegiatan Kehumasan
5. Sesi 5: Latar Belakang Permasalahan
6. Sesi 6: Sosialisasi dan Sasaran Program Kegiatan Kehumasan
7. Sesi 7: Isi dan Struktur Proposal Kegiatan Kahumasan
8. Sesi 8: Aktivitas Kegiatan PR

9. Sesi 9: Aktivitas Kegiatan PR (Lanjutan)
10. Sesi 10: Konsultasi & Laporan Progres Proposal Kegiatan PR
11. Sesi 11: Penulisan dan Disain Proposal
12. Sesi 12: Proposal Sponsorship
13. Sesi 13: Teknik Presentasi
14. Sesi 14: Evaluasi

Pada sesi pertama ini, anda diberikan gambaran awal mengenai mata kuliah Proposal Kegiatan Kehumasan yang anda ambil. Selain itu juga dijelaskan mengenai system pengajaran, penilaian serta kompetensi serta produk akhir yang diharapkan setelah anda mengikuti seluruh sesi perkuliahan. Dalam pertemuan pertama ini juga akan dibahas mengenai pentingnya kemampuan membuat proposal bagi seorang humas terkait dengan salah satu tugas yang menjadi tanggung jawab seorang humas yaitu menyelenggarakan kegiatan.

Pada sesi kedua, anda akan mendapat gambaran mengenai banyaknya kemungkinan pembuatan proposal sesuai dengan bidang pekerjaan yang ada. Dalam sesi ini, anda akan mengetahui mengenai perbedaan antara proposal marketing, *advertising* dan humas. Seperti yang anda ketahui, sebagai seorang humas, bidang pekerjaan anda nantinya akan memiliki kaitan erat dengan bidang marketing serta *advertising* atau iklan.

Konsep dasar proposal kegiatan kehumasan akan menjadi materi pembahasan di sesi ketiga. Ingatan anda juga akan disegarkan menyangkut tugas humas yang harus menjaga relasi dengan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal. Hal ini terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan untuk membuat relasi yang baik dengan pihak-pihak tersebut.

Pembahasan pada sesi keempat adalah perencanaan kegiatan kehumasan. Pada sesi ini anda akan mempelajari mengenai cara-cara untuk merencanakan kegiatan yang dimulai dari perumusan konsep kegiatan hingga nantinya diimplementasikan di lapangan.

Sesi kelima mulai membahas bagian awal dari sebuah proposal. Sesi ini akan membantu anda dalam merumuskan “Latar Belakang Permasalahan” yang anda akan muat dalam proposal. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada itulah akan memunculkan arti penting acara yang akan diselenggarakan.

“Sosialisasi dan Sasaran Program Kegiatan Kehumasan” merupakan inti pembahasan pada sesi keenam. Sebuah kegiatan harus memiliki sasaran yang tepat dan tidak akan berhasil tanpa sosialisasi yang baik. Hal ini juga menjadi dasar dalam membuat isi proposal yang akan dibahas pada sesi berikutnya.

Sesuai dengan konsep-konsep awal yang sudah ditetapkan sebelumnya, maka saatnya untuk membuat isi dari proposal anda. Pada sesi ketujuh ini akan mengetahui struktur dasar sebuah proposal. Walaupun penting diingat pada akhirnya sebuah proposal bukanlah karya generik yang memiliki bentuk dan isi yang seragam.

Sesudah UTS, anda akan memasuki bagian kedua dari semester ini. Anda akan mempelajari kembali mengenai kegiatan-kegiatan atau aktivitas yang biasa dilakukan oleh seorang PR. Materi ini akan diberikan dalam 2 (dua) sesi yaitu sesi 8 (delapan) dan 9 (sembilan). Materi pada kedua sesi ini akan memberikan gambaran pada anda sebagai seorang humas bahwa kegiatan yang anda selenggarakan tidak lepas dari kaitannya dengan kegiatan anda sebagai seorang humas.

Pada sesi kesepuluh anda akan mempelajari mengenai kebutuhan konsultasi dan laporan perkembangan (*progress report*) dalam pelaksanaan kegiatan. Tanpa ada konsultasi dan memperhatikan perkembangan berdasarkan penjadwalan yang sudah dibuat sebelumnya, kendala yang mungkin ada dapat membuat rencana penyelenggaraan acara anda menjadi gagal.

Masalah penulisan proposal akan dibahas pada sesi kesebelas. Anda akan mendapat bimbingan mengenai cara penulisan yang baik, mulai dari membangun ide dasar dan membuat kerangka tulisan hingga mengembangkannya menjadi sebuah tulisan yang menarik. Cara penulisan akan sangat berpengaruh pada daya tarik yang dimiliki oleh proposal anda. Selain itu, bentuk dan penampilan proposal anda harus diperhatikan. Anda harus mengembangkan kreativitas agar tampilan proposal anda menarik perhatian sehingga sasaran proposal anda berminat untuk mempelajari proposal anda. Patut diingat, sasaran proposal anda pastilah banyak menerima beragam proposal. Agar berhasil, proposal anda harus menarik baik dari segi tampilan serta isi dan penulisannya.

Sesi kedua belas akan membahas lebih detil mengenai proposal sponsorship. Untuk mendapatkan dana dari pihak lain untuk membiayai kegiatan anda, maka proposal sponsorship harus digunakan. Bagaimana penyusunan proposal jenis ini akan dibahas pada sesi kedua belas ini.

Proposal yang baik seringkali belum mampu mencapai sasarannya. Untuk itu dibutuhkan kemampuan presentasi yang baik agar anda dapat memperlihatkan keunggulan acara yang akan dibuat, seperti yang anda gambarkan dalam proposal.

Untuk itu, pada sesi ketiga belas ini, kemampuan presentasi anda akan diasah. Tujuannya agar anda mampu mempresentasikan proposal dan acara yang akan diselenggarakan secara menarik.

Pada sesi terakhir perkuliahan, yaitu sesi keempat belas, anda akan mempelajari mengenai evaluasi penyelenggaraan acara. Evaluasi merupakan cara paling efektif untuk mengetahui kekurangan, kelebihan serta kendala yang ada dalam penyelenggaraan acara. Tujuannya tentu bukan untuk saling menyalahkan saat ada masalah, namun justru mencari cara terbaik untuk menjadi bekal dalam penyelenggaraan acara berikutnya.

Dengan bekal semua materi tersebut, diharapkan pada Ujian Akhir Semester anda mampu menghasilkan sebuah proposal yang baik dan menarik. Anda juga diharapkan mampu mempresentasikan proposal anda secara baik sehingga dapat memperlihatkan keunggulan proposal yang sudah anda buat.

Referensi

Materi-materi yang ada dalam keempat belas sesi dibuat dan dirangkum dari berbagai sumber. Beberapa materi utama yang digunakan dalam mata kuliah ini adalah:

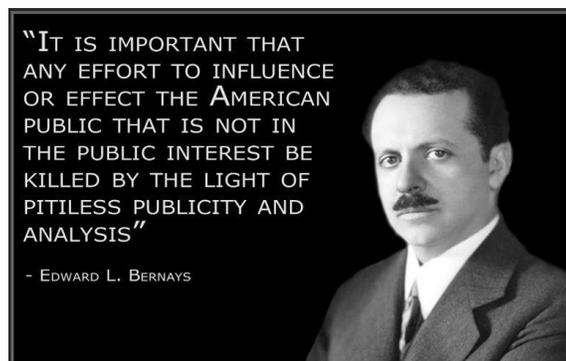
1. Goldhaber, Organizational Communication, 2008
2. Moore, Frazier. 2005. Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi. Bandung: Rosdakarya
3. Aceng Abdullah. 2000. Press Relations, Kiat Berhubungan Dengan Media Massa. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Baskin, O. & Aronof. 1992. Public Relations: the Profession and the Practice. Edisi ketiga. Dubuque, IA:Wm.C.Brown.
4. Nurudin, Muhammad Syaifullah. 2004. Media Relations. Jogjakarta: Pustaka Pelajar Rhenald Khasali.1999. Manajemen Public Relations.Jakarta:Grafiti
5. Rahman, Reza. *Corporate Social Responsibility*, 2009. PT Buku Kita: Jakarta
6. King, Larry. Seni Berbicara Kepada Siapa Saja, 2010
7. Navarro. Joe. What Every Body Is Saying, 2014
8. Business Imperative: Socializing Strategy
<https://www.emotivebrand.com/socializing-strategy/>.
9. Crenshaw, Darren. 8 Ways to “Socialize” a PR Campaign:
<https://crenshawcomm.com/8-ways-to-socialize-a-pr-campaign/>

10. Kawasaki, Guy. How to Socialize Your Event:
<https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-socialize-an-event-ht>
11. Contoh Dan Cara Membuat Proposal Sponsorship Kegiatan
<https://www.usaharumahan19.com/2016/04/contoh-cara-membuat-proposal-sponsor.htm>
12. 10 Essential steps to create a winning sponsorship proposal,
<https://practicalsponsorshipideas.com/create-a-winning-sponsorship-proposal/>
13. Sponsorship Proposal Strategies for Event & Non-Profit,
<https://www.sparktemplates.com/events/sponsorship/sponsorship-proposal-letter-step-by-step>

Humas dalam Perusahaan

Humas merupakan singkatan dari Hubungan Masyarakat atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *Public Relations (PR)*. Humas merupakan salah satu bagian dari organisasi yang berfungsi untuk melakukan interaksi, hubungan, dan kerjasama dengan masyarakat (*stakeholder*) yang terkait dengan organisasi tersebut. Humas bertanggungjawab dalam membangun dan mempertahankan reputasi, citra, dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan publik.

Fungsi Humas Dalam Organisasi



Menurut Edward L. Bernays, ada beberapa fungsi humas, diantaranya:

- Memberikan pemahaman kepada publik
- Melakukan persuasi kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku
- Berupaya untuk menyatukan sikap dan perilaku publik agar sesuai dengan sikap dan perbuatan sebuah lembaga, atau sebaliknya.

Tujuan Humas Dalam Organisasi

Ada beberapa tujuan humas dalam sebuah organisasi, di antaranya adalah:

- Meningkatkan dukungan, bantuan, dan partisipasi publik dalam bentuk sarana, prasarana, tenaga, dan dana, untuk memudahkan pencapaian tujuan organisasi.
- Menciptakan rasa tanggungjawab dari masyarakat akan keberlangsungan program organisasi secara efektif dan efisien.
- Melibatkan publik dalam penyelesaian berbagai masalah yang dihadapi oleh organisasi.
- Membuat dan mengembangkan pencitraan yang baik untuk organisasi dan juga kepada para pimpinan/ *stakeholder* dengan sasaran terjalinnya hubungan yang baik antara publik internal dengan publik eksternal.
- Memperluas jangkauan pelanggan yang terhubung untuk berpartisipasi dalam upaya peningkatan mutu organisasi.



Tugas Pokok Humas

Secara umum tugas utama humas adalah mempromosikan pengertian dan pengetahuan atas semua fakta perusahaan, lembaga atau organisasi serta kejadian untuk mendapatkan simpati dari *stakeholder*.

Tugas pokok humas pada sebuah organisasi adalah:

1. Menciptakan Kesan/ *Image*

Memastikan agar semua *stakeholder* perusahaan, organisasi atau lembaga mendapatkan informasi dan kesan yang baik. Penciptaan kesan dapat dilakukan melalui berbagai program dan kegiatan.

2. Pengetahuan dan Pengertian

Humas sangat berperan dalam memberikan informasi kepada publik internal dan publik eksternal dengan menyediakan informasi yang akurat dan dalam format yang mudah dipahami.

3. Menciptakan Ketertarikan (*interest*)

Humas juga harus mampu menciptakan ketertarikan publik terhadap situasi tertentu yang berdampak besar pada organisasi.

4. Penerimaan

Humas bertanggungjawab dalam memberikan penjelasan kepada publik atas situasi atau kejadian sehingga sikap menentang, ketidakpedulian yang ada di sekitarnya dapat berubah menjadi pengertian dan penerimaan.

5. Simpati

Humas harus bisa menyampaikan informasi secara jelas kepada publik untuk meraih simpati.

Kegiatan-Kegiatan Humas



Kegiatan humas bukan sekedar menggelar konferensi pers atau mengundang wartawan demi membuat citra baik. Humas dituntut untuk membuat komunikasi yang baik dengan beragam cara.

1. *Customer Relations*

Divisi humas menciptakan hubungan baik dengan pihak di luar perusahaan, misalnya dengan konsumen.



2. *Employee Relations*

Tidak hanya di luar perusahaan, humas juga wajib membangun komunikasi antara pimpinan dan bawahan.

3. *Community Relations*

Community relation bertujuan menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan pihak terkait misalnya partner dan juga komunitas tertentu.

4. *Government Relations*

Menciptakan hubungan baik antara organisasi dengan pemerintah.

5. *Media Relations*

Media berperan penting dan harus dijembatani oleh humas perusahaan karena kebanyakan sumber citra perusahaan bersumber dari sini.



Membuat Kegiatan Kehumasan

Seorang *Public relations* diharapkan untuk membuat program-program yang terencana dalam upaya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama

antara organisasi dan masyarakat. Selain mengenalkan visi misi perusahaan, dengan berbagai program yang dibuat, PR menciptakan persepsi yang baik untuk masyarakat.

Manajemen PR juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Sebagai bagian perusahaan yang berkaitan dengan pembentukan image, simpati dan empati public, PR dapat melakukan:

1. Menentukan *event-event* lembaga sebagai implementasi *Marketing Public Relation (MPR)*.
2. Mengusulkan penawaran kerjasama dengan institusi lain.
3. Mengadakan jumpa pers untuk membangun image perusahaan.
4. Melaksanakan sosialisasi terprogram dan terpadu perusahaan.
5. Bertanggung jawab atas keharmonisan hubungan kerjasama dengan institusi lain.
6. Bertanggung jawab atas pengembangan program perusahaan melalui presentasi dan sosialisasi.
7. Bertanggung jawab atas kelancaran publisitas perusahaan.



Langkah Penyusunan Program PR

Pelaksanaan sebuah program tentu harus diawali dengan perencanaan yang baik. Perencanaan yang baik akan membuat eksekusi program yang baik dan tentunya program diharapkan memiliki dampak positif bagi perusahaan, lembaga atau organisasi.

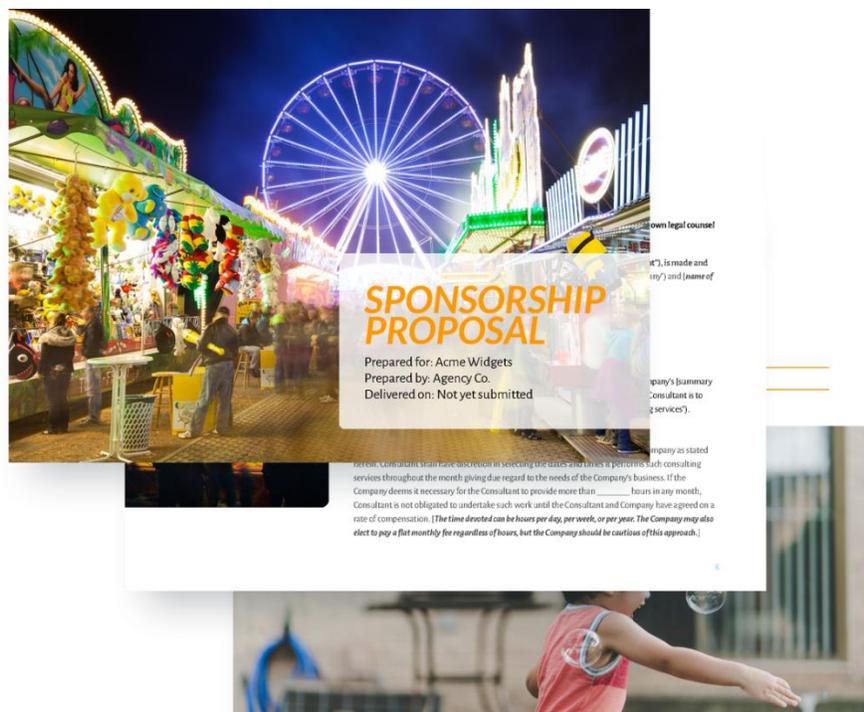


Empat Langkah Proses PR:

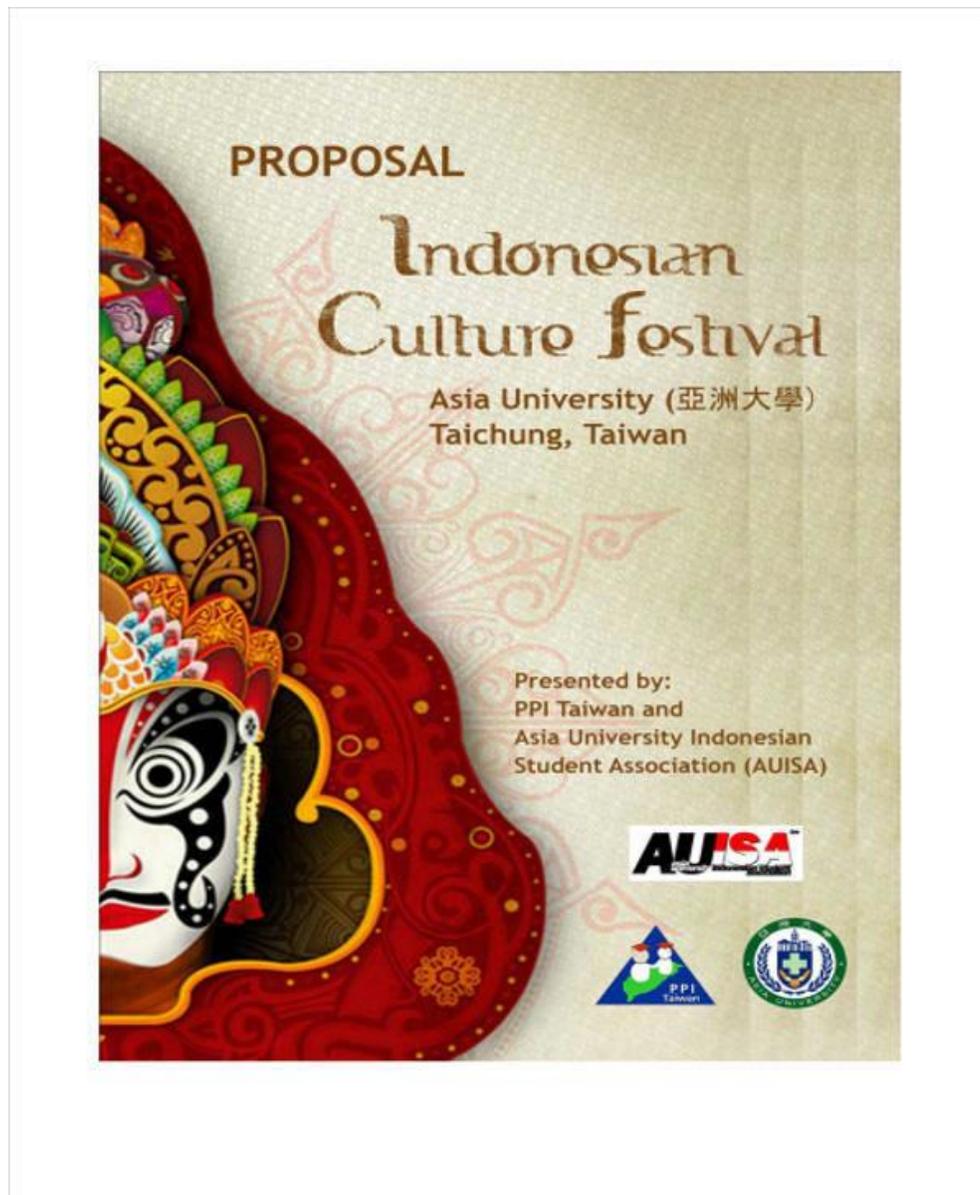
1. Menentukan masalah (apa yang sedang terjadi?), seperti mengadakan suatu penelitian untuk mendapat data primer dan sekunder
2. Perencanaan dan penyusunan program (apa yang harus dilakukan?), menetapkan tujuan yang dicapai dengan diadakannya proses PR dan strategi-strategi yang harus dilakukan dalam kegiatan atau program
3. Aksi dan komunikasi (bagaimana melaksanakannya), merupakan tahapan melaksanakan apa yang sudah direncanakan
4. Evaluasi (apa yang sudah dilakukan), untuk mengetahui dan menilai apakah yang dilaksanakan sesuai dengan yang direncanakan atau tidak.

Proposal untuk Kegiatan Kehumasan

Pada saat seorang humas akan membuat sebuah acara, maka ia perlu untuk mensosialisasikan event atau acara yang dibuat. Bentuk sosialisinya antara lain dengan membuat proposal kegiatan. Dalam proposal tersebut, segala hal mengenai acara, dapat diketahui oleh pihak-pihak terkait (*stakeholder*) dengan cara yang efisien. Karena itu, menjadi sangat penting bagi seorang humas untuk mengetahui cara-cara membuat proposal yang baik.



Dalam materi-materi selanjutnya, anda akan dipandu langkah demi langkah dalam membuat proposal kegiatan kehumasan anda. Dimulai dari konsep acara hingga pada akhirnya anda menghasilkan sebuah proposal lengkap yang siap dipresentasikan.



Daftar Pustaka

1. Goldhaber, Organizational Communication, 2008
2. Moore, Frazier. 2005. Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi. Bandung: Rosdakarya