

PR Management Theory in the Light of Philosophy

Hery Suprayitno^{1*}, Jamaluddin²

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Negeri Malang

Corresponding Author: Hery Suprayitno hery.suprayitno.2404139@students.um.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Management Theory, Public Relations, Philosophical Views, Literature Review

Received : 22, November

Revised : 24, December

Accepted: 26, January

©2025 Supriyatno, Jamaluddin:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research examines public relations management theory through a philosophical perspective with a focus on the integration of ethical values, epistemology and ontology. This approach aims to enrich the understanding of the importance of sustainability, justice, and authentic relationships in strategic communication between organizations and the public. The two-way symmetrical model, Foucault's epistemology of power, and Martin Buber's concept of relations are the theoretical foundations explored in this analysis. The study utilizes a literature review method with a hermeneutic approach to identify the relevance of the philosophical values to modern PR practice. Results show that the incorporation of these values can improve communication effectiveness, create sustainable relationships, and promote inclusiveness and social responsibility.

Teori Manajemen Humas dalam Pandangan Filsafat

Hery Suprayitno^{1*}, Jamaluddin²

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Negeri Malang

Corresponding Author: Hery Suprayitno hery.suprayitno.2404139@students.um.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Teori Manajemen, Hubungan Masyarakat, Pandangan Filsafat, Kajian Literatur

Received : 22, November

Revised : 24, Desember

Accepted: 26, Januari

©2025 Supriyatno, Jamaluddin:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji teori manajemen humas melalui perspektif filsafat dengan fokus pada integrasi nilai-nilai etika, epistemologi, dan ontologi. Pendekatan ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman tentang pentingnya keberlanjutan, keadilan, dan hubungan autentik dalam komunikasi strategis antara organisasi dan publik. Model simetris dua arah, epistemologi kekuasaan Foucault, dan konsep relasi Martin Buber menjadi landasan teoritis yang dieksplorasi dalam analisis ini. Studi ini menggunakan metode kajian literatur dengan pendekatan hermeneutika untuk mengidentifikasi relevansi nilai-nilai filosofis terhadap praktik humas modern. Hasil menunjukkan bahwa penggabungan nilai-nilai tersebut dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, menciptakan hubungan berkelanjutan, serta mendorong inklusivitas dan tanggung jawab sosial.

PENDAHULUAN

Manajemen hubungan masyarakat (humas) memiliki peran strategis dalam membangun komunikasi yang efektif antara organisasi dan publik. Sebagai disiplin ilmu dan praktik, humas terus mengalami perkembangan, mencerminkan transformasi dalam dinamika sosial, budaya, dan teknologi. Namun, perhatian terhadap dimensi moral dan filosofis yang mendasari hubungan ini masih minim, sehingga menimbulkan kesenjangan dalam pendekatan teoritis dan praktik. Dimensi moral dan filosofis penting untuk diperhatikan karena hubungan antara organisasi dan publik melibatkan nilai-nilai etis yang mendalam, termasuk kejujuran, keadilan, dan penghormatan terhadap martabat manusia. Tanpa perhatian terhadap nilai-nilai ini, komunikasi strategis dapat menjadi alat manipulasi yang tidak etis, merusak kepercayaan publik, dan mengabaikan kebutuhan masyarakat yang lebih luas. Selain itu, pemahaman filosofis memungkinkan humas untuk menggali makna lebih dalam dari hubungan yang dibangun, menciptakan fondasi komunikasi yang lebih inklusif dan reflektif (Herlina et al., 2021).

Banyak studi terdahulu lebih berfokus pada aspek teknis dan hasil jangka pendek, seperti peningkatan citra atau keuntungan organisasi, daripada memprioritaskan dampak jangka panjang yang melibatkan keberlanjutan hubungan. Dalam konteks ini, filsafat tidak hanya memberikan kerangka kerja untuk mengevaluasi tindakan komunikasi tetapi juga menawarkan prinsip-prinsip yang dapat membimbing organisasi menuju praktik yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika, epistemologi, dan ontologi dalam teori manajemen humas agar dapat menjawab tantangan komunikasi modern yang semakin kompleks dan multidimensional.

Tulisan ini bertujuan untuk memberikan wawasan baru tentang teori manajemen humas melalui perspektif filsafat, khususnya dengan memadukan prinsip-prinsip etika, epistemologi, dan ontologi. Dengan pendekatan ini, penelitian berusaha mengeksplorasi bagaimana teori-teori tersebut dapat diterapkan secara bertanggung jawab dan relevan dalam konteks modern, sekaligus memperkaya pemahaman tentang pentingnya keberlanjutan dan keadilan dalam komunikasi strategis. Sebagai contoh, pendekatan etika dalam manajemen humas telah berhasil diterapkan dalam kasus pengelolaan krisis merek besar yang mengedepankan transparansi dan tanggung jawab terhadap publik. Selain itu, teori epistemologi, seperti yang dijelaskan oleh Michel Foucault, memberikan wawasan tentang bagaimana organisasi dapat menyusun strategi komunikasi yang inklusif, terutama dalam konteks multikultural, sebagaimana terlihat pada kampanye global yang melibatkan banyak pemangku kepentingan. Kajian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan dalam literatur dengan menawarkan refleksi filosofis yang lebih komprehensif dan kritis, sambil memberikan contoh-contoh praktis yang menunjukkan relevansi penerapan prinsip-prinsip filsafat dalam konteks nyata.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Simetris Dua Arah oleh Grunig dan Hunt (1984)

Model simetris dua arah yang dikembangkan oleh Grunig dan Hunt pada tahun 1984 merupakan paradigma penting dalam komunikasi organisasi. Model ini menekankan pentingnya dialog yang setara dan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya, mengubah perspektif tradisional komunikasi satu arah menjadi proses yang lebih dinamis dan interaktif. Dalam pandangan ini, komunikasi tidak lagi dipandang sebagai alat persuasi sepihak untuk mempengaruhi publik, melainkan sebagai mekanisme pertukaran informasi dan gagasan yang seimbang. Kedua pihak, baik organisasi maupun publik, memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pendapat, berbagi informasi, dan bersama-sama membangun pemahaman yang komprehensif.

Relevansi model ini semakin kuat ketika ditinjau dari perspektif filsafat etika, khususnya konsep "justice as fairness" yang dikemukakan oleh John Rawls. Gagasan Rawls tentang keadilan yang mensyaratkan keseimbangan dan kesetaraan dalam distribusi hak dan kesempatan sangat sejalan dengan prinsip-prinsip dasar komunikasi simetris dua arah. Keselarasan ini memperkuat landasan etis model komunikasi tersebut. Tiga pilar utama yang menjadi fondasi model simetris dua arah adalah transparansi, kejujuran, dan partisipasi aktif. Transparansi mengharuskan organisasi untuk terbuka dalam berbagi informasi yang relevan dengan publiknya, tanpa menyembunyikan fakta-fakta penting yang dapat mempengaruhi hubungan kedua belah pihak. Kejujuran menjadi kunci dalam membangun dan memelihara kepercayaan publik terhadap organisasi, sementara partisipasi aktif membuka ruang dialog yang memungkinkan publik untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan (Grunig & Hunt, 1984).

Implementasi model ini membutuhkan komitmen yang kuat dari organisasi untuk benar-benar mendengar dan mempertimbangkan masukan dari publik. Organisasi tidak hanya perlu membuka saluran komunikasi, tetapi juga harus memiliki mekanisme yang efektif untuk mengintegrasikan perspektif publik ke dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini mencakup pengembangan sistem umpan balik yang terstruktur, forum diskusi yang regular, dan mekanisme evaluasi yang berkelanjutan. Keberhasilan penerapan model simetris dua arah dapat menghasilkan berbagai manfaat positif. Selain meningkatkan efektivitas komunikasi, pendekatan ini juga membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan antara organisasi dan publiknya. Ketika publik merasa dihargai dan dilibatkan, mereka cenderung lebih mendukung inisiatif organisasi dan lebih mudah diajak berkolaborasi dalam mencapai tujuan bersama.

Dalam konteks modern, model ini semakin relevan dengan meningkatnya tuntutan transparansi dan akuntabilitas dari publik. Organisasi yang mengadopsi pendekatan simetris dua arah cenderung lebih mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan mempertahankan legitimasi sosialnya. Dengan demikian, model ini tidak hanya menjadi kerangka teoretis yang ideal, tetapi juga panduan praktis untuk membangun komunikasi organisasi yang efektif dan berkelanjutan.

Teori Pengetahuan Foucault (1977)

Epistemologi humas sebagai disiplin ilmu dan praktik profesional memperoleh dimensi analitis yang mendalam melalui perspektif teoretis Michel Foucault mengenai relasi yang kompleks antara kekuasaan dan pengetahuan, di mana pemikiran ini memberikan landasan kritis untuk memahami bagaimana dinamika komunikasi dalam konteks kehumasan senantiasa terikat dengan struktur kekuasaan yang ada dalam masyarakat. Foucault, melalui analisisnya yang tajam, mengemukakan bahwa pengetahuan bukanlah entitas yang berdiri sendiri dan bebas nilai, melainkan merupakan hasil dari proses konstruksi sosial yang tidak dapat dipisahkan dari pengaruh kekuasaan yang beroperasi dalam berbagai lapisan masyarakat, sehingga apa yang dianggap sebagai 'kebenaran' pada dasarnya merupakan produk dari relasi kuasa yang kompleks dan seringkali tidak terlihat secara kasat mata (Foucault, 1977).

Dalam konteks praktik kehumasan kontemporer, pemahaman teoretis ini memiliki implikasi yang sangat signifikan, terutama dalam cara organisasi membangun dan mendistribusikan pesan-pesan komunikasinya, di mana setiap strategi komunikasi yang dirancang dan diimplementasikan tidak dapat dilepaskan dari hierarki sosial yang ada serta kepentingan-kepentingan dominan yang ingin dipertahankan atau diperkuat melalui narasi-narasi yang diciptakan. Kerangka pemikiran Foucault ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi praktisi humas untuk mengembangkan pendekatan yang lebih kritis dan reflektif dalam menjalankan fungsi komunikasinya, di mana mereka dituntut untuk tidak hanya memahami bagaimana kekuasaan beroperasi melalui narasi-narasi yang mereka ciptakan, tetapi juga bagaimana mereka dapat berperan dalam menciptakan ruang-ruang dialog yang lebih inklusif dan berkeadilan.

Dalam implementasinya, perspektif ini mendorong praktik kehumasan untuk bergerak melampaui fungsi tradisionalnya sebagai alat promosi organisasi semata, menuju peran yang lebih transformatif sebagai fasilitator komunikasi yang mampu mengakomodasi keberagaman suara dan perspektif, termasuk dari kelompok-kelompok yang selama ini terpinggirkan dalam wacana publik. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang relasi kuasa-pengetahuan ini, praktisi humas dapat mengembangkan strategi komunikasi yang tidak hanya efektif dalam mencapai tujuan organisasi, tetapi juga lebih bertanggung jawab secara sosial dan etis, dengan mempertimbangkan bagaimana pesan-pesan yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi dinamika kekuasaan dalam masyarakat.

Dengan demikian, kontribusi pemikiran Foucault terhadap epistemologi humas tidak hanya berhenti pada tataran teoretis, tetapi juga memberikan kerangka praktis untuk mengembangkan praktik kehumasan yang lebih reflektif, inklusif, dan transformatif, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada terciptanya komunikasi publik yang lebih demokratis dan berkeadilan sosial. Lebih jauh lagi, teori ini mengajak praktisi humas untuk lebih kritis terhadap narasi dominan yang mereka ciptakan atau distribusikan. Hal ini berarti pentingnya mendorong pluralitas suara dalam komunikasi strategis, di mana setiap kelompok, terutama yang terpinggirkan, diberi ruang untuk

menyampaikan perspektif mereka. Dengan demikian, humas tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi organisasi, tetapi juga sebagai medium yang dapat mendukung inklusivitas dan keadilan sosial. Perspektif Foucault ini memberikan wawasan mendalam bagi humas untuk menghindari pengukuhan kekuasaan sepihak dan lebih responsif terhadap kebutuhan publik yang beragam. Melalui pendekatan ini, humas dapat berperan dalam menciptakan komunikasi yang lebih reflektif, bertanggung jawab, dan etis.

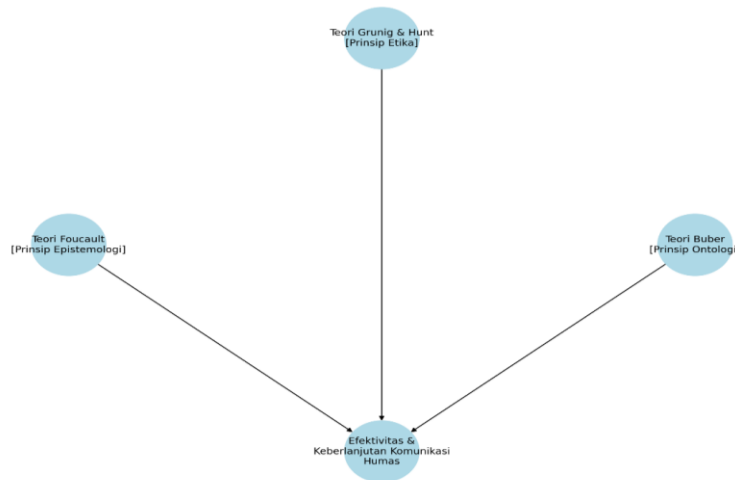
Teori Relasi Martin Buber (1923)

Pendekatan ontologis dalam disiplin manajemen hubungan masyarakat memperoleh fondasi filosofis yang mendalam melalui konsep "I-Thou" yang dikemukakan oleh Martin Buber pada tahun 1923, di mana pemikiran ini memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk memahami esensi hubungan antara organisasi dan publiknya dalam konteks yang lebih bermakna dan humanis. Dalam pandangan Buber, interaksi manusia seharusnya melampaui pendekatan instrumental yang hanya berorientasi pada pencapaian tujuan-tujuan praktis, menuju pada pembentukan hubungan yang didasari oleh penghargaan terhadap kemanusiaan dan pengakuan akan nilai-nilai intrinsik yang terkandung dalam setiap relasi antarmanusia, sehingga menciptakan landasan yang kokoh bagi terbangunnya komunikasi yang autentik dan bermakna. Konsep "I-Thou" yang dikembangkan Buber menekankan pentingnya memandang setiap interaksi sebagai kesempatan untuk membangun hubungan yang sejati, di mana kedua pihak yang terlibat saling mengakui dan menghormati eksistensi satu sama lain sebagai subjek yang utuh, bukan sekadar objek yang dapat dimanipulasi untuk kepentingan tertentu (Buber, 1923).

Dalam konteks praktik kehumasan kontemporer, perspektif filosofis ini memberikan panduan yang berharga untuk mengembangkan pendekatan komunikasi yang lebih humanis, di mana organisasi didorong untuk membangun dialog yang tulus dengan publiknya, mendengarkan aspirasi mereka dengan sungguh-sungguh, dan merespons kebutuhan mereka dengan cara yang menghormati martabat mereka sebagai manusia. Implementasi pendekatan "I-Thou" dalam manajemen humas menuntut pergeseran paradigma dari model komunikasi yang bersifat instrumental dan transaksional menuju model yang lebih dialogis dan transformatif, di mana fokusnya tidak hanya pada pencapaian tujuan organisasi semata, tetapi juga pada pembangunan hubungan yang berkelanjutan dan saling memperkaya antara organisasi dan publiknya.

Dalam perspektif ini, keberhasilan program humas tidak semata-mata diukur dari efektivitas penyampaian pesan atau pencapaian target komunikasi, melainkan juga dari kualitas hubungan yang terbangun dan dampak positif yang dihasilkan bagi semua pihak yang terlibat, sehingga menciptakan fondasi yang kuat bagi terciptanya komunikasi strategis yang berkelanjutan. Dengan demikian, kontribusi pemikiran Buber terhadap ontologi humas tidak hanya memberikan kerangka teoretis untuk memahami hakikat hubungan organisasi-publik, tetapi juga menyediakan panduan praktis untuk mengembangkan

strategi komunikasi yang lebih bermakna dan bertanggung jawab, yang pada gilirannya dapat mendukung terciptanya praktik kehumasan yang tidak hanya efektif secara teknis tetapi juga etis secara moral dan substansial secara ontologis.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODOLOGI

Metodologi penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif berbasis kajian literatur secara sistematis dan mendalam untuk menganalisis hubungan antara teori manajemen hubungan masyarakat dengan prinsip-prinsip filosofis. Proses pengumpulan data dilaksanakan melalui penelusuran sumber sekunder yang mencakup jurnal ilmiah terakreditasi, buku-buku referensi, dan laporan penelitian yang memiliki relevansi tinggi dengan fokus kajian. Tahap analisis data meliputi identifikasi dan kategorisasi tema-tema utama dalam manajemen humas, dengan penekanan khusus pada aspek etika, epistemologi, dan ontologi yang menjadi landasan teoretis dan praktis bidang ini (Bentham, 1789).

Analisis dilakukan menggunakan pendekatan hermeneutika, yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap makna teks dan konteksnya, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang interrelasi antara konsep filosofis dan implementasinya dalam praktik manajemen humas. Pendekatan metodologis ini tidak hanya bertujuan menghasilkan interpretasi kontekstual terhadap teks-teks yang dikaji, tetapi juga mengidentifikasi implikasi praktisnya dalam pengembangan strategi komunikasi organisasi yang lebih etis, inklusif, dan berkelanjutan. Metodologi ini dipilih berdasarkan pertimbangan kemampuannya dalam mengakomodasi kompleksitas hubungan antara dimensi teoretis dan praktis, serta relevansinya dengan tujuan penelitian untuk membangun pemahaman yang lebih mendalam tentang peran nilai-nilai filosofis dalam manajemen humas kontemporer.

HASIL PENELITIAN

Manajemen hubungan masyarakat (humas) merupakan disiplin yang memadukan aspek teoretis dan praktis dalam membangun komunikasi antara organisasi dan publiknya. Kajian mendalam mengenai manajemen humas menunjukkan adanya interkoneksi yang kompleks antara tiga pilar fundamental: etika, epistemologi, dan ontologi. Ketiga aspek ini membentuk landasan konseptual yang kokoh bagi praktik humas kontemporer, memungkinkan terciptanya hubungan yang bermakna dan berkelanjutan antara organisasi dan pemangku kepentingannya.

Dari perspektif etis, manajemen humas modern bertumpu pada model simetris dua arah yang dikembangkan oleh Grunig dan Hunt. Model ini tidak sekadar menekankan pentingnya komunikasi timbal balik, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip keadilan dan partisipasi yang sejalan dengan pemikiran filosofis John Rawls tentang "justice as fairness". Konsep ini menekankan bahwa setiap individu memiliki hak yang setara untuk berpartisipasi dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan. Dalam praktiknya, pendekatan etis ini menuntut organisasi untuk membangun komunikasi yang transparan, jujur, dan melibatkan partisipasi aktif dari seluruh pemangku kepentingan. Hal ini menciptakan fondasi yang kuat untuk membangun kepercayaan dan legitimasi sosial bagi organisasi (Biedenbach et al., 2011).

Dimensi epistemologis dalam manajemen humas menghadirkan perspektif kritis terhadap proses produksi dan diseminasi pengetahuan dalam konteks komunikasi organisasi. Pemikiran postmodern, khususnya kontribusi Michel Foucault mengenai relasi antara pengetahuan dan kekuasaan, memberikan kerangka analitis yang penting. Foucault menggarisbawahi bahwa pengetahuan bukanlah entitas netral, melainkan konstruksi sosial yang tidak dapat dipisahkan dari dinamika kekuasaan dalam masyarakat. Pemahaman ini mendorong praktisi humas untuk mengadopsi pendekatan yang lebih reflektif dan kritis dalam mengonstruksi dan menyebarkan pesan-pesan organisasi. Mereka dituntut untuk mempertimbangkan bagaimana narasi dominan dapat mempengaruhi atau bahkan mendominasi suara-suara marginal dalam masyarakat (Rawls, 1971).

Aspek ontologis dalam manajemen humas menekankan pentingnya memahami hakikat hubungan antara organisasi dan publiknya. Pemikiran Martin Buber tentang konsep "I-Thou" memberikan perspektif filosofis yang menarik dalam memahami esensi hubungan ini. Menurut Buber, hubungan yang autentik hanya dapat terjalin ketika kedua pihak saling mengakui dan menghormati keberadaan serta nilai-nilai masing-masing. Dalam konteks humas, hal ini berarti organisasi perlu melampaui pendekatan komunikasi yang bersifat instrumental atau sekadar transaksional. Sebaliknya, organisasi perlu membangun hubungan yang lebih mendalam, bermakna, dan berkelanjutan dengan publiknya (Kant, 1785).

Integrasi ketiga dimensi ini - etika, epistemologi, dan ontologi - dalam praktik manajemen humas menciptakan paradigma baru yang lebih holistik dan humanis. Paradigma ini mendorong terciptanya praktik humas yang tidak hanya efektif dalam mencapai tujuan organisasi, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan berkelanjutan. Praktisi humas dituntut untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang kompleksitas hubungan antara organisasi dan masyarakat, serta mampu mengembangkan strategi komunikasi yang mempertimbangkan berbagai aspek tersebut.

Dalam era digital yang ditandai dengan meningkatnya kompleksitas komunikasi dan relasi sosial, pemahaman yang mendalam tentang aspek filosofis ini menjadi semakin relevan. Praktisi humas perlu mengembangkan sensitivitas terhadap isu-isu keadilan sosial, keberagaman, dan inklusivitas dalam merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi. Mereka juga perlu mempertimbangkan bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk memfasilitasi dialog yang lebih bermakna antara organisasi dan publiknya, sambil tetap memperhatikan aspek etis dan dampak sosial dari penggunaan teknologi tersebut.

Lebih jauh lagi, integrasi nilai-nilai filosofis ini dalam praktik humas mendorong pengembangan pendekatan yang lebih strategis dan berkelanjutan dalam membangun reputasi organisasi. Reputasi tidak lagi dipandang sebagai hasil dari manipulasi citra atau manajemen persepsi, melainkan sebagai konsekuensi alamiah dari hubungan yang autentik dan bermakna antara organisasi dan publiknya. Hal ini menuntut organisasi untuk mengembangkan kapasitas dalam mendengarkan, memahami, dan merespons kebutuhan serta aspirasi publiknya secara lebih efektif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman dan penerapan nilai-nilai etika, epistemologi, dan ontologi dalam manajemen humas memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengembangkan praktik komunikasi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya secara lebih efektif, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih adil dan inklusif melalui praktik komunikasi yang etis dan bermakna.

PEMBAHASAN

Pendekatan filosofis dalam manajemen hubungan masyarakat telah membuka perspektif baru yang lebih komprehensif dalam memahami dinamika komunikasi antara organisasi dan publiknya. Integrasi prinsip-prinsip etika dalam praktik humas tidak hanya berperan sebagai pedoman moral, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Ketika organisasi mendemonstrasikan komitmen yang kuat terhadap nilai-nilai etis dalam komunikasinya, hal ini secara langsung berkontribusi pada penguatan reputasi organisasi di mata pemangku kepentingan. Transparansi, kejujuran, dan akuntabilitas dalam komunikasi menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan publik.

Aspek epistemologis dalam manajemen humas mendorong praktisi untuk mengadopsi pendekatan yang lebih kritis dan reflektif dalam mengelola pengetahuan dan informasi. Praktisi humas dituntut untuk tidak sekadar menjadi penyebar informasi, tetapi juga menjadi evaluator kritis terhadap bagaimana pengetahuan diproduksi dan didistribusikan dalam konteks komunikasi organisasi. Pemahaman ini menjadi semakin penting di era digital, di mana arus informasi yang masif dan cepat membutuhkan kemampuan untuk memverifikasi, menganalisis, dan mengontekstualisasikan informasi secara tepat.

Sementara itu, dimensi ontologis dalam teori manajemen humas telah menggeser paradigma tentang hakikat organisasi dan perannya dalam masyarakat. Organisasi kini tidak lagi dipandang sebagai entitas yang semata-mata berorientasi pada profit, melainkan sebagai bagian integral dari ekosistem sosial yang lebih luas. Perspektif ini menekankan pentingnya membangun hubungan yang berkelanjutan dengan berbagai pemangku kepentingan, di mana organisasi mengambil peran aktif sebagai agen perubahan sosial yang positif. Tanggung jawab moral organisasi terhadap komunitas menjadi aspek fundamental yang tidak dapat dipisahkan dari strategi komunikasi dan pengambilan keputusan.

Dengan demikian, sintesis antara etika, epistemologi, dan ontologi dalam manajemen humas menciptakan kerangka kerja yang lebih holistik untuk memahami dan mengelola komunikasi organisasi. Pendekatan ini tidak hanya memperkaya pemahaman teoretis tentang praktik humas, tetapi juga memberikan panduan praktis dalam mengembangkan strategi komunikasi yang efektif, bertanggung jawab, dan berkelanjutan. Hal ini pada gilirannya akan mendukung terciptanya hubungan yang lebih bermakna antara organisasi dan publiknya, serta berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih baik.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Teori manajemen hubungan masyarakat (humas), ketika dipandang melalui lensa filosofis, mencerminkan kompleksitas nilai-nilai dan dinamika sosial yang berkembang dalam masyarakat kontemporer. Pemahaman mendalam tentang aspek etika, epistemologi, dan ontologi telah memberikan landasan konseptual yang kokoh bagi pengembangan praktik humas yang tidak hanya efektif tetapi juga bertanggung jawab secara sosial. Dimensi etis dalam manajemen humas menekankan pentingnya membangun komunikasi yang transparan, jujur, dan berorientasi pada kepentingan bersama, sementara aspek epistemologis mendorong praktisi untuk lebih kritis dalam memahami bagaimana pengetahuan dan informasi dikonstruksi dan didistribusikan dalam konteks komunikasi organisasi.

Perspektif ontologis memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hakikat hubungan antara organisasi dan publiknya, menekankan pentingnya membangun interaksi yang autentik dan berkelanjutan. Integrasi ketiga dimensi filosofis ini dalam praktik humas menciptakan paradigma baru yang lebih holistik dan humanis, memungkinkan organisasi untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan aspirasi pemangku kepentingan. Hal ini menjadi semakin relevan di era

digital yang ditandai dengan meningkatnya kompleksitas komunikasi dan relasi sosial.

Berdasarkan pemahaman ini, penelitian merekomendasikan penguatan integrasi antara teori manajemen humas dan filsafat melalui pengembangan kurikulum pendidikan yang lebih komprehensif. Kurikulum ini hendaknya tidak hanya fokus pada aspek teknis dan praktis, tetapi juga memberikan ruang yang memadai bagi refleksi filosofis yang mendalam. Dengan mengintegrasikan pemikiran filosofis dalam pendidikan dan praktik humas, diharapkan para praktisi dapat mengembangkan perspektif yang lebih kritis dan reflektif dalam menjalankan perannya.

Lebih jauh lagi, pendekatan ini akan memungkinkan praktik humas untuk berkembang menjadi disiplin yang lebih matang dan relevan dalam menghadapi tantangan zaman modern. Di tengah arus perubahan yang cepat dan kompleks, pemahaman filosofis yang mendalam akan membantu praktisi humas dalam mengembangkan solusi komunikasi yang tidak hanya efektif tetapi juga berkelanjutan dan bermakna bagi seluruh pemangku kepentingan. Dengan demikian, manajemen humas dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan dalam membangun hubungan yang konstruktif antara organisasi dan masyarakat, serta berperan aktif dalam mewujudkan perubahan sosial yang positif.

PENELITIAN LANJUTAN

Meskipun penelitian ini telah memberikan kontribusi penting dalam mengintegrasikan perspektif etika, epistemologi, dan ontologi ke dalam teori dan praktik manajemen humas, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Penelitian ini bersifat konseptual dan filosofis, sehingga kurang melibatkan data empiris yang dapat memperkuat validitas temuan dalam konteks aplikasi praktis. Selain itu, analisis lebih lanjut tentang implementasi teori ini dalam berbagai jenis organisasi, terutama di sektor yang berbeda seperti pemerintahan, perusahaan swasta, dan organisasi nirlaba, masih diperlukan untuk memperluas cakupan generalisasi temuan. Faktor lain seperti perbedaan budaya, kebijakan komunikasi, dan perkembangan teknologi digital juga belum sepenuhnya dieksplorasi, sehingga penelitian lanjutan diperlukan untuk menguji relevansi dan efektivitas pendekatan filosofis ini dalam situasi yang lebih spesifik dan dinamis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Prof. Heri Pratikto, dan Prof. Agung Winarno. selaku Dosen Manajemen Filsafat dan seluruh Mahasiswa Program Doktor Ilmu Manajemen B.24 Universitas Negeri Malang.

DAFTAR PUSTAK

- Bentham, J. (1789). *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. Oxford: Clarendon Press.
- Biedenbach, Thomas, & Müller, R. (2011). Paradigms in project management research: examples from 15 years of IRNOP conferences. *International Journal of Managing Projects in Business*, 4(1), 82-104.
- Buber, M. (1923). *I and Thou*. Edinburgh: T. & T. Clark.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Pantheon Books.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart, and Winston.
- Herlina, E., Tukiran, M., & Anwar, S. (2021). Filsafat Dalam Penelitian Manajemen. *Jurnal Trisna Riset*, 2(2), 1-9.
- Kant, I. (1785). *Groundwork of the Metaphysics of Morals*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice*. Cambridge: Harvard University Press.