



Diagram 2. The Macro Model of PR Evaluation
(Macnamara, 2000)

(e) pemilihan media yang dilakukan dengan mencermati dan merencanakan secara teliti media massa yang akan digunakan. Patut diingat bahwa kapasitas dan kualitas media yang berbeda biasanya dapat melahirkan perbedaan pula dalam masalah publisitas institusi, (f) penyiapan personal dan *spokepersons*, (g) pembagian tugas di lakukan di kalangan internal staf yang pekerjaannya berkaitan dengan materi pesan yang akan disampaikan serta mereka yang *regular jobs*-nya berhubungan dengan media massa, (h) pembuatan *list* yang tidak hanya terkait dengan *media list* tetapi juga sejumlah intansi/person yang dapat membantu produksi dan distribusi publisitas, (i) penyusunan anggaran di antaranya dengan penganggaran terhadap foto, film, distribusi surat, pembuatan *publicity tools*, kliping, telepon, dan biaya operasional lainnya, dan (j) penyusunan jadwal.

Perencanaan eksternal mencakup melakukan pendekatan terhadap *key-media contacts* dan menyiapkan ucapan terima kasih jika materi yang ada digunakan dan dimuat di media dan, sebaliknya jika tidak digunakan dan dimuat media, segera menghubungi editor, reporter, produser, atau manager program dan menanyakan alasannya. Secara khusus hal-hal yang dikenal sebagai *publicity tools* antara lain terdiri dari *news*

release, media kit, invitataion to media representatives to cover the special event, public service announcement, pre-written article, photographs dan letter to the editor, feature articles, caption photograph dan press converence (Lautenschlager, 1992).

Secara ringkas, metode evaluasi terhadap masalah publisitas ini meliputi:

Media monitoring

Media monitoring merupakan bentuk aktivitas evaluasi terhadap publisitas yang paling sering digunakan suatu institusi. Ragam kerjanya mencakup sebagai contoh membuat kliping berita cetak atau mengumpulkan catatan rekaman dari media penyiaran elektronik. Pemonitoran terhadap publsitas melalui media secara sederhana hanya menunjukkan jumlah pemberitaan secara kuantitatif dan kurang dapat menjawab persoalan tentang kualitas publisitas yang ingin dievaluasi. Selain itu, metode ini rentan terhadap pengabaian atau ketidakgunaan secara paraktis karena kesibukan manajemen.

Media content analysis

Metode ini digunakan dalam proses dan untuk melakukan analisis terhadap hal-hal yang ditulis dan disiarkan. Kekuatan metode ini terletak