

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam menyampaikan pesan, komunikasi dilakukan tidak terbatas pada komunikasi secara langsung, bisa juga dilakukan melalui media seperti surat kabar, radio, televisi, internet, dan lain-lain. Sehingga pesan akan tersampaikan dan tersebar luas tidak terbatas ruang dan waktu, serta mempengaruhi khalayak secara luas.

Kegiatan berkomunikasi dilakukan untuk memenuhi kegiatan sehari-hari. Kegiatan berkomunikasi digunakan dalam berorganisasi baik itu komunikasi bersifat internal maupun eksternal kegiatan internal dilakukan dengan pembinaan staff kehumasan. Sedangkan eksternal ditujukan pada pembinaan hubungan baik dengan media. humas mempunyai peranan yang sangat penting pembinaan hubungan yang baik atau melakukan kegiatan membutuhkan keterlibatan masyarakat dan publik. Komunikasi berperan penting dalam menjalin hubungan dengan media internal maupun eksternal.

Humas Menurut Maria Assumpta (Rumanti,2002:10) *Public relations* adalah interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan yang merupakan kelangsungan hidup organisasi secara tepat dan terus menerus.

Dari definisi di dilihat bahwa hubungan masyarakat merupakan salah satu fungsi manajemen yang menjadijembatan antara perusahaan atau lembaga pemerintahan atau organisasi dengan publiknya. Dengan kata lain, publik berhak untuk dilayani, diterima, dan dijelaskan terkait jika ada krisis yang terkait dengan kepentingan publik, disisi lain publik akan membantu manajemen untuk memberi peringatan dini agar di masa mendatang, perusahaan/lembagaan pemerintah dapat secara sigap mengantisipasi kemungkinan munculnya krisis.

Kegiatan humas pada hakikatnya adalah kegiatan berkomunikasi dengan berbagai macam simbol komunikasi, verbal maupun nonverbal. kegiatan komunikasi verbal, sebagian besar adalah pekerjaannya mulai dari menulis proposal, artikel, progress report, menulis untuk presentasi, menulis untuk *pers release*, membuat rekomendasi dan sebagainya. kegiatan komunikasi non verbal meliputi seminar, membuat event, pers keliping, peliputan.

Humas dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak terpisahkan. dua hal tersebut merupakan terdapat dalam kehidupan bermasyarakat. Kegiatan Humas merupakan kegiatan komunikasi. Humas merupakan salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan Pemkab Boyolali dengan publik atau masyarakat. Untuk mewujudkan komunikasi yang baik dengan media maka Humas Pemkab Boyolali salah satunya adalah menjalin hubungan dengan media relation, media publik relation sarana penghubung yang digunakan.

Humas Pemkab Boyolali mempunyai tanggung jawab untuk menghubungkan antara Pemkab dengan publiknya dari internal ataupun eksternal untuk membantu pencapaian tujuannya. Salah satu sarana tersebut adalah media relation merupakan alat komunikasi untuk pencapaian tujuan Pemkab Boyolali dengan adanya media relation membantu meningkatkan kepercayaan publik, meningkatkan citra baik Pemkab Boyolali, untuk mencapai tujuan tersebut Humas Pemkab Boyolali menggunakan media cetak khususnya jurnalisme surat kabar.

Kegiatan Humas salah satunya yaitu media relation menjalin hubungan baik dengan media salah satunya strategi Humas untuk bekerja sama yang baik dengan media relation jadi, hubungan ini harus di jaga dengan baik dan tidak ad yang di rugikan. media yang di pakai Humas Pemkab Boyolali jauh lebih beragam, Humas Pemkab Boyolali juga menambahkan media elektronik seperti televisi. yang mnjadikan alat atau media yang di gunakan Humas Pemkab Boyolali. Hubungan dengan media relation khususnya jurnalisme surat kabar merupakan konseptualisasi dengan publik eksternal terbinanya hubungan kehumasan dengan orang-orang media seperti redaktur surat kabar, majalah, wartawan televisi dan radio.

Berita mengenai Pemkab Boyolali selama kurun waktu Desember 2013 – Januari 2014 adalah sebagai berikut :

Tabel 1  
Berita Positif Pemkab Boyolali

No	Sumber Berita	Berita
1	Solopos.com	Upah Minimum Kabupaten Boyolali tahun 2014 sebesar Rp 1.116.00 menurut Joko (Kepala Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi/Dinsosnakertrans Kabupaten Boyolali) mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya, yakni tahun 2013 yang hanya Rp 895.000,-.
2	www.antaraneews.com	Pemerintah Kabupaten Boyolali mendapatkan penghargaan terbaik tingkat nasional mengenai Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Lakip) 2012 dari Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi.
3	www.antaraneews.com	Pemerintah Kabupaten Boyolali mulai 2013 menerapkan lima hari kerja untuk pegawai negeri sipil dalam rangka efisiensi dan efektifitas, serta produktifitas kinerja pelayanan masyarakat.
4	Kompas.com	Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah, memperoleh peringkat ketiga dalam evaluasi kinerja penyelenggaraan pemerintahan daerah (EKPPD). Bupati Boyolali Seno Samudro menyampaikan, pihaknya mengutamakan pelayanan publik yang lebih optimal. Adapun peringkat pertama hasil EKPPD diduduki oleh Kabupaten Sleman (DIY), disusul Kabupaten Wonosobo.

Sumber : Data Sekunder 2014

Tabel 2

## Berita Negatif Pemkab Boyolali

No	Sumber Berita	Berita
1	Solopos.com	Barisan Merah Putih Pengging (BMPP) Boyolali, melaporkan Bupati Boyolali, Seno Samodro dan Ketua DPRD Boyolali dan Slamet Paryanto ke Kejaksaan Tinggi (Kejakti) Jateng. Koordinator BMPP Boyolali, Gombloh Sujarwanto, mengatakan Bupati dan Ketua DPRD Boyolali diduga melakukan korupsi pembangunan 11 gedung baru satuan kerja perangkat daerah (SKPD) dan gedung SMP Negeri 2 Mojosongo senilai Rp68 miliar pada relokasi kantor Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Boyolali 2012-2013.
2	Solopos.com	4 Kasus Korupsi di Boyolali merugikan negara Rp 664 Juta selama 2013 Solopos.com, SEMARANG — Komite Penyelidikan Pemberantasan Korupsi Kolusi, dan Nepotisme (KP2KKN) Jateng menyebutkan selama 2013 terjadi 222 kasus korupsi. "Dengan total kerugian keuangan negara senilai Rp110,94 miliar," kata Sekretaris KP2KKN Jateng, Eko Haryanto dalam jumpa pers di kantornya, Jl. Lempong Sari Timur III/22 Kota Semarang, Senin (6/1/2014).

Sumber : Data Sekunder 2014

Humas Pemkab Boyolali perlu membina hubungan yang akrab dengan media relation agar segala sesuatu yang menyangkut informasi kepada publik eksternal berjalan lancar. Agar pembinaan hubungan dengan

media itu khususnya pembinaan hubungan dengan pers perlu mendapatkan perhatian istimewa karena pers menyiarkan berita sedangkan media elektronik biasanya menyiarkan hiburan. Pers dapat di manfaatkan oleh Humas Pemkab Boyolali dengan berbagai cara : jumpa pers (*press Conference*), wisata pers (*press Tour*), siaran pers (*press Release*) :Siaran pressmencakup publitas amat penting dalam kehumasan karena informasi disebarluaskan oleh media tanpa membayar sama sekali, Periklanan (*Advertising*) :Kehumasan perlu membayar jika memasang iklan.

Sikap Humas Pemkab Boyolali yang menunjukkan rasa simpati dan empati kepada insan-insan media Relation dengan menyentuh manusiawinya akan membuat kedua pihak menjadi akrab yang pada gilirannya akan menimbulkan keuntungan pada Pemkab Boyolali yang diwakili humas itu.

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Rico, Idham F (2012) dengan judul penelitian : Strategi Humas Setda Kabupaten Kendal Dalam Menjalini Hubungan Baik Dengan Pers. Kerjasama yang terjalin antara bagian Humas Kabupaten Kendal dengan berbagai media tersebut banyak media yang memperbantukan wartawannya kepada Bidang Humas Kabupaten Kendal. Kerjasama ini telah terbukti mampu mendukung fungsi pelayanan penerangan umum bidang Humas Kabupaten Kendal kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat Kabupaten Kendal dalam rangka penyebaran informasi, berita, kebijakan dan aturan-aturan baru. Secara garis besar sasaran penerangan umum adalah masyarakat di Kabupaten Kendal. Dengan hasil yang ingin dicapai yaitu tercipta pengertian dan pemahaman serta sikap

masyarakat yang positif tentang Pemerintah Kabupaten Kendal dan kegiatannya, terbentuknya opini positif masyarakat dapat meningkatkan peran serta masyarakat dalam rangka peredaman berita serta opini masyarakat yang negatif mengenai Pemerintah Kabupaten Kendal dan kegiatannya serta penyebarluasan informasi mengenai keberhasilan kegiatan maupun program yang di lakukan oleh Pemerintah Kabupaten Kendal.

Lowina, 2013, Strategi Public Relations Pemerintah Daerah Kabupaten Karo Dalam Membentuk Citra Positif, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dari hasil penelitian diketahui bahwa *strategi public relations* yang digunakan humas Pemkab Karo dalam membentuk citra positif adalah *media relations*. Humas menyadari pentingnya peran media massa dalam membentuk citra Pemkab Karo. Tujuan humas Pemkab Karo memilih *media relations* sebagai strategi supaya pemberitaan negatif mengenai Pemkab Karo dan Bupati Karo di media massa berkurang bahkan tidak ada, yang ada adalah pemberitaan positif mengenai Pemkab Karo. Dalam menentukan strategi *public relations*, humas Pemkab Karo melakukan empat tahap perencanaan. Pertama, tahap riset strategi. Humas melakukan tiga hal yaitu analisis situasi, analisis organisasi dan analisis publik. Kedua, tahap strategi. Humas menentukan tujuan, sasaran, aksi dan komunikasi. Ketiga, tahap taktik. Keempat, tahap riset kesimpulan.

Dari kedua penelitian terdahulu tersebut, pada penelitian ni peneliti mengambil beberapa perbedaan. Perbedaan adalah mengenai obyek

penelitian, penelitian ini mengambil obyek penelitian di Pemerintah Kabupaten Boyolali.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimanakah strategi Humas Pemkab boyolali dalam menjalin hubungan dengan media ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Humas Pemkab Boyolali dalam menjalin hubungan dengan media agar terjalin dengan baik .

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Akademis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu komunikasiterutama yang berhubungan dengan strategi *public relations* dalam menjalin hubungan dengan media.

### 2. Praktis

Hasil penelitian ini pada akhirnya diharapkan dapat berguna bagi praktis *public relations* (PR) suatu organisasi khususnya Pemerintah Kabupaten Boyolali dalam menjalin hubungan dengan media.

## **E. Landasan Teori**

### **1. Komunikasi**

Komunikasi pemerintahan menurut Erliana Hasan dalam bukunya *Komunikasi Pemerintahan*, adalah:

“Penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Dalam hal ini pemerintah dapat diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu bisa sebaliknya masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah berada pada posisi mencermati apa yang diinginkan masyarakat” (Hasan, 2005:95).

Dalam kondisi tersebut, berarti pemerintah memiliki kewenangan sekaligus bertanggung jawab untuk mempertimbangkan, bahkan untuk merespon keinginan-keinginan tersebut sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.

Pemerintah sebagai pihak pertama, berada di tingkat pusat dan daerah berperan sebagai stakeholders utama dari e-Government. Peranan pemerintah dalam konsorsium (pengusaha yang mengadakan usaha bersama) terkait adalah sebagai pihak yang menentukan tujuan, kebijakan, standar, dan pola kerja sama dari segala yang berkaitan dengan perencanaan, penerapan, dan pengembangan konsep e-Government. Dengan kata lain, pemerintah memiliki kewajiban untuk membentuk sebuah lingkungan yang kondusif agar implementasi sistem e-Government dapat terlaksana dengan baik.

## 2. Humas : Peran dan Fungsinya

Humas menurut Frank Jefkins, Humas(PR) adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik yang sifatnya internal (ke dalam) maupun yang sifatnya eksternal (ke luar), antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan spesifik yangberlandaskan pada saling pengertian. (Jefkins ,1992: 9).

Berdasarkan hasil pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di Mexico City pada bulan Agustus 1978 yang dikutip oleh Anggoro (2005, 15) bahwa humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisa berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencanakan untuk melayani dari kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya.

Berdasarkan penguraian di atas, penulis menjelaskan bahwa humas mempunyai tugas untuk menganalisa, memberi masukan serta saran dan mengimplementasikan yang bertujuan untuk melayani kepentingan organisasi atau lembaga dan publik, dimana organisasi atau lembaga bertanggungjawab pada kepentingan publik.

Kegiatan humas pada hakikatnya adalah kegiatan berkomunikasi dengan berbagai macam simbol komunikasi,verbal maupun nonverbal. Kegiatan komunikasi verbal,sebagian besar adalah pekerjaanya mulai dari menulis proposal, artikel, progress report, menulis untuk presentasi,

menulis untuk *pers release*, membuat rekomendasi dan sebagainya. Kegiatan komunikasi non verbal meliputi seminar, membuat event, pers keliping, peliputan.

Kegiatan-kegiatan kehumasan meliputi;

1. *Customer relations* seperti membangun hubungan baik dengan pihak luar, maksudnya menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan public dan hubungan dengan konsumen.
2. *Employee relations*, seperti membangun hubungan antara pimpinan dengan bentuk kerjasama dan komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan.
3. *Community relations*, seperti membangun hubungan baik dengan pihak-pihak yang selama ini telah melakukan kerja sama dengan perusahaan yang kita wakili, menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar perusahaan dan komunitas-komunitas masyarakat tertentu.
4. *Government relations*, seperti menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah.
5. *Media Relations*, seperti menjalin hubungan baik dengan media, karna kerja humas tidak akan pernah berhasil tanpa adanya kerjasama yang baik dengan media, jadi hubungan itu harus dijaga dengan baik dan tidak ada yang dirugikan.

### **3. Fungsi Humas**

Menurut Emery (2002) fungsi humas adalah upaya yang terancam dan terorganisasi dari sebuah organisasi atau lembaga untuk menciptakan

hubungan-hubungan yang bermanfaat dengan berbagai publiknya. Dengan fungsi tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa hubungan dan kerjasama relasi dan kepercayaan antara organisasi atau pemerintahan dan lingkungannya, kebutuhan publik bisa terlayani dengan baik dan publik akan merasa puas.

Fungsi PR meliputi hal-hal berikut: (Cutlip, 2006:101)

- a. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi.
- b. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.
- c. Melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
- d. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal.

Ada 3 tugas humas dalam organisasi pemerintahan yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas yakni :

- a. Menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi.
- b. Mempetemukan kepentingan organisasi/lembaga dengan kepentingan publik.
- c. Mengevaluasi program-program organisasi/lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik.

Mengutip definisi humas menurut Joice J Gordon yang diintisarikan dalam buku *Effective Public Relation* Humas seharusnya memiliki fungsi dan peran mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik. Dari penjelasan di atas dengan demikian dapat disimpulkan Humas pemerintah adalah pemberi informan kepada masyarakat sekaligus penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Humas pemerintah tidak bersifat politis humas pemerintah di bentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan- kebijakan mereka memberi informasi tentang kebijakan, rencana-rencana, serta hasil kerja intitusi serta memberi pengetahuan pada masyarakat tentang peraturan dan segala sesuatu yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat Humas pemerintah memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang di berikan.

#### **4. Strategi Humas**

Menurut Lubis (2002 : 2) strategi Public Relations adalah bagaimana seorang Public Relations officer dapat menganalisa lingkungan, strategi, mengimplementasikan startegi, mengendalikan strategi.

Peace dan Robinson dalam Rhenald Kasali (2000:43), mengembangkan langkah-langkah strategi Public Relations, sebagai berikut :

- a. Menentukan misi perusahaan. Termasuk pernyataan yang umum mengenai maksud pendirian, filosofi dan sasaran Perusahaan

- b. Mengembangkan profile Perusahaan (Company Profile) yang mencerminkan kondisi internal Perusahaan dan kemampuan Perusahaan yang dimilikinya
- c. Penilaian terhadap lingkungan eksternal Perusahaan, baik dari segi semangat kompetitif maupun secara umum
- d. Analisa terhadap peluang yang tersedia pada lingkungan
- e. Identifikasi atas pilihan yang dikehendaki yang tidak dapat dilengkapi untuk memenuhi tuntutan misi Perusahaan
- f. Pemilihan strategi atas objektif jangka panjang dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai objektif tertentu
- g. Objektif tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan objektif jangka panjang dan garis besar objektif
- h. Implementasi atas hal-hal di atas dengan menggunakan sumber yang tercantum pada anggaran dan mengawinkan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur teknologi dan sistem balas jasa yang memungkinkan
- i. Review dan evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap jangka pendek sebagai masukan bagi pengambilan keputusan di masa yang akan datang. (Kasali, 2000:43)

Menciptakan hubungan baik dengan pers adalah esensi dasar kegiatan *media relations*. Karena dengan terciptanya hubungan baik tersebut, diharapkan akan mempermudah pekerjaan PR untuk

“membimbing” dalam pembuatan berita-berita positif. Berikut akan dijelaskan pandangan dari wartawan dan hubungan yang terjalin.

a) *Embedded Media Strategy*

Mengikutsertakan media dalam forum informal diskusi, *coffee morning*, forum hobby, mengirimkan email/contact person secara rutin, mengenal wartawan secara personal, dsb.

b) *Media Gathering Strategy*

Merancang acara khusus (cenderung informal), sebagai saranan pertemuan atau silaturahmi untuk mempererat hubungan dengan media/wartawan. Contoh: kunjungan ke redaksi media

c) *Embargo Media Strategy*

Membantu kerja media/wartawan dalam proses produksi berita dengan memberikan informasi/data seawal mungkin dengan limit waktu penyajian berita yang sudah disepakati. Contoh: pengiriman press release/kit & undangan peliputan

d) *Media Briefing Strategy*

Melakukan briefing /pengarahan kepada pihak media/wartawan untuk memberikan latar belakang informasi serta aturan dalam peliputan. Tujuannya, meminimalisir perbedaan persepsi/interpretasi. Contoh: press conference/tour dilengkapi press release/kit

## 5. *Media Relations* : Konsep dan Aplikasinya

Kegiatan Humas salah satunya yaitu *media relation* menjalin hubungan baik dengan media, salah satunya strategi Humas untuk bekerja sama yang baik dengan media jadi, hubungan ini harus di jaga dengan baik dan tidak ada yang di rugikan. Media yang di pakai Humas jauh lebih beragam, Humas pemerintah juga menambahkan media yang di ciptakan sendiri seperti jurnal intern, slide, video, tape, pendidikan, seminar dan sponsor yang mnjadikan alat atau media yang di gunakan Humas pemerintahan. Hubugan dengan media merupakan konseptualisasi dengan publik eksternal terbinanya hubungan kehumasan dengan orang-orang media seperti redaktur surat kabar, majalah, wartawan televisi dan radiodan televisi.

Dalam kegiatan *media relations*, *public relations* dituntut untuk melakukan kerja sama dengan media, baik secara fungsional maupun individual dalam berbagai cara.

Menurut Wardani (2008:14), Dalam upaya membuna hubungan media, *public relations* melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media, seperti pengiriman siaran pers, menyelenggarakan konferensi pers, menyelenggarakan *media gathering*, menyelenggarakan perjalanan pers, menyelenggarakan *special events*, menyelenggarakan wawancara khusus dan menjadi narasumber media.

Menurut Ruslan (2010:186), kerja sama dengan pihak media tersebut biasanya diwujudkan melalui dua cara yaitu :

- a. Kontak secara formal, mengadakan acara khusus yang sengaja dirancang sebelumnya dimana media diundang secara resmi, dengan menetapkan tema dan tujuannya yang hendak dicapai. Berikut kegiatan *media relations* dengan kontak secara formal:

1) Konferensi Pers (*Press Conference*)

Merupakan suatu pertemuan khusus dengan pihak media yang bersifat resmi atau sengaja diselenggarakan oleh *public relations* dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang tengah dihadapi suatu perusahaan. Maksud diselenggarakan acara tersebut adalah untuk memberikan informasi, berita publikasi dan promosi atau aktivitas *public relations* yang dianggap penting untuk diketahui secara luas oleh publik sarasannya, menjelaskan peristiwa yang mungkin atau telah terjadi dan meluruskan atau membantah tentang suatu pemberitaan negatif.

2) Wisata Pers (*Press Tour*)

Perusahaan mengajak wartawan dari sejumlah media yang telah dikenal baik oleh untuk berwisata kunjungan ke suatu *event* khusus, atau peninjauan ke luar kota bersama dengan pejabat instansi atau pimpinan perusahaan sebagai tuan rumah selama lebih dari satu hari.

### 3) Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering*

Bertujuan untuk mengikat hubungan tali silaturahmi dengan mengadakan jamuan wartawan yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal. Namun ada juga melalui acara olahraga, kumpul bersama dalam acara ulang tahun perusahaan, Tahun Baru dan Natal bersama. Hal tersebut juga membuka kesempatan para wartawan untuk dapat bertemu dengan petinggi perusahaan.

### 4) Taklimat Pers (*Press Briefing*)

Merupakan bentuk jumpa pers resmi yang diselenggarakan secara periodik yang berisi suatu dialog atau diskusi, saling memberikan masukan atau informasi cukup bagi kedua belah pihak.

#### b. Kontak informal,

##### 1) Keterangan Pers (*Press Statement*)

Dapat dilakukan kapan dan dimana saja oleh narasumber tanpa harus adanya undangan resmi, dimana dilakukan oleh pihak eksklusif untuk menjelaskan atau memberikan argumentasi tertentu kepada pers.

##### 2) Wawancara Pers (*Press Interview*)

Narasumber atau orang yang diwawancara yang dimintai pendapat, komentar, keterangan dan sebagainya tentang suatu

masalah yang tengah aktual dan faktual di masyarakat. Biasanya inisiatif wawancara datang dari pihak media.

### 3) *Pers Gathering* (Jamuan Pers Secara In-formal)

Yaitu pertemuan secara informal untuk menjalin hubungan baik antara pihak *public relations* dan media dimana bentuk kontak ini lebih menekankan pendekatan pribadi ke pribadi (*personal to personal approach*). Maksud hubungan ini adalah untuk saling mengenal, saling mendukung dan saling menghormati profesi satu sama lain sebagai mitra kerja yang positif.

Kegiatan *media relations* bermacam-macam, dari kegiatan yang formal maupun informal. Keluarnya pemberitaan yang positif mengenai suatu perusahaan tidak luput dikarenakan adanya hubungan yang baik pula dengan medianya. Oleh karena itu penulis mengambil kesimpulan bahwa *good public relations is a good news*. Karena *public relations* tidak memiliki kuasa untuk memilih berita mana yang harus dimasukkan kedalam media massa. Media massa yang memiliki kuasa untuk memutuskan informasi dari perusahaan mana yang dapat disebarluaskan oleh media massa.

## 6. *Public relations* dalam Lembaga Pemerintahan

Sejalan dengan perkembangan sistem pemerintahan yang terjadi di Indonesia sekarang ini, maka dituntut adanya paradigma baru dalam penyelenggaraan pemerintahan, yaitu paradigma sistem pemerintahan

yang mengarah pada "*Good Governance*". Merujuk pada perkembangan kebijakan pemerintahan yang tersebut diatas, tampaknya penyelenggaraan pelayanan pemerintahan yang baik, sekarang dituntut untuk mulai mengembangkan dimensi keterbukaan, mudah diakses, *accountable* dan transparan. Instansi pemerintah, baik Pusat maupun Daerah, mulai menyadari bahwa untuk membangun pemerintahan yang sehat dan bersih diperlukan banyaknya kritikan dan pendapat pihak lain atau pendapat publik.

Saat ini informasi telah menjadi kekuatan dominan yang bisa meruntuhkan keamanan dan kestabilan pemerintahan. Masyarakat memiliki hak untuk memperoleh informasi dari pemerintah/ badan publik, karena dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Kebebasan Memperoleh Informasi Publik. Dengan haknya tersebut, masyarakat bisa dengan mudah bertindak dan berprasangka negatif jika komunikasi antara Pemerintah dengan masyarakat tidak terjalin dengan baik.

Pranata Humas merupakan jabatan fungsional yang keberadaannya diatur dalam Keppres nomor 87 tahun 1999, "jabatan fungsional adalah kedudukan yang menunjukkan tugas, tanggungjawab, wewenang dan hak Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam satuan tugas organisasi yang dalam melaksanakan tugasnya didasarkan pada keahlian atau keterampilan tertentu serta mandiri". Pranata humas sebagai salah satu jabatan fungsional PNS yang diberi tugas, tanggung jawab, wewenang dan hak

secara penuh oleh pejabat yang berwenang untuk melakukan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan, baik informasi berskala nasional maupun daerah/lokal.

Keberadaan Pranata Humas sangat dibutuhkan oleh setiap instansi pemerintahan atau. Selain memiliki peran penting dalam mendukung tugas pemerintahan, Humas Pemerintahan secara eksplisit diatur dalam Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor. 109/M.PAN/11/2005. Pasal 4 dikatakan : Tugas pokok pranata humas adalah melakukan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan, meliputi perencanaan pelayanan informasi dan kehumasan, pelayanan informasi, hubungan kelembagaan, hubungan personil, dan pengembangan pelayanan informasi dan kehumasan.

*Public relations* dalam lembaga pemerintah (departemen, lembaga non departemen, Badan Usaha Milik Negara/BUMN) merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program dan kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat (Rachmadi, 1994 : 77). Tujuan *public relations* dalam pemerintahan antara lain:

- a. Memberi informasi konsisten tentang aktivitas agen pemerintah.
- b. Memastikan kerjasama aktif dalam program pemerintah.
- c. Mendorong publik mendukung kebijakan dan program yang sudah
- d. Melayani sebagai advokat publik untuk administrator pemerintah

(menyampaikan opini publik kepada pembuat keputusan, mengelola isu

publik dalam organisasi, meningkatkan aksesibilitas publik kepada pejabat).

- e. Mengelola informasi internal.
- f. Memfasilitasi hubungan media.
- g. Membangun komunitas dan bangsa. (Cutlip, 2006:466)

*Public relations* pemerintah bertugas memberikan informasi dan penjelasan kepada khalayak/publik mengenai kebijakan langkah-langkah atau tindakan yang diambil pemerintah serta mengusahakan tumbuhnya hubungan

yang harmonis antara lembaga/instansi dengan publiknya dan memberikan pengertian kepada publik (masyarakat) tentang apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintah di mana *Public relations* itu berada dan berfungsi.

Jadi, pada dasarnya tugas dan fungsi Humas pemerintah (Rachmadi, 1994 : 77 - 78) adalah :

- a. Memberikan penerangan dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, langkah-langkah dan tindakan pemerintah serta memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa informasi yang diperlukan secara terbuka, jujur dan objektif.
- b. Memberikan bantuan kepada media berita berupa bahan-bahan informasi mengenai kebijakan, langkah-langkah dan tindakan pemerintah termasuk fasilitas peliputan kepada media berita untuk acara-acara resmi yang penting. Pemerintah merupakan sumber

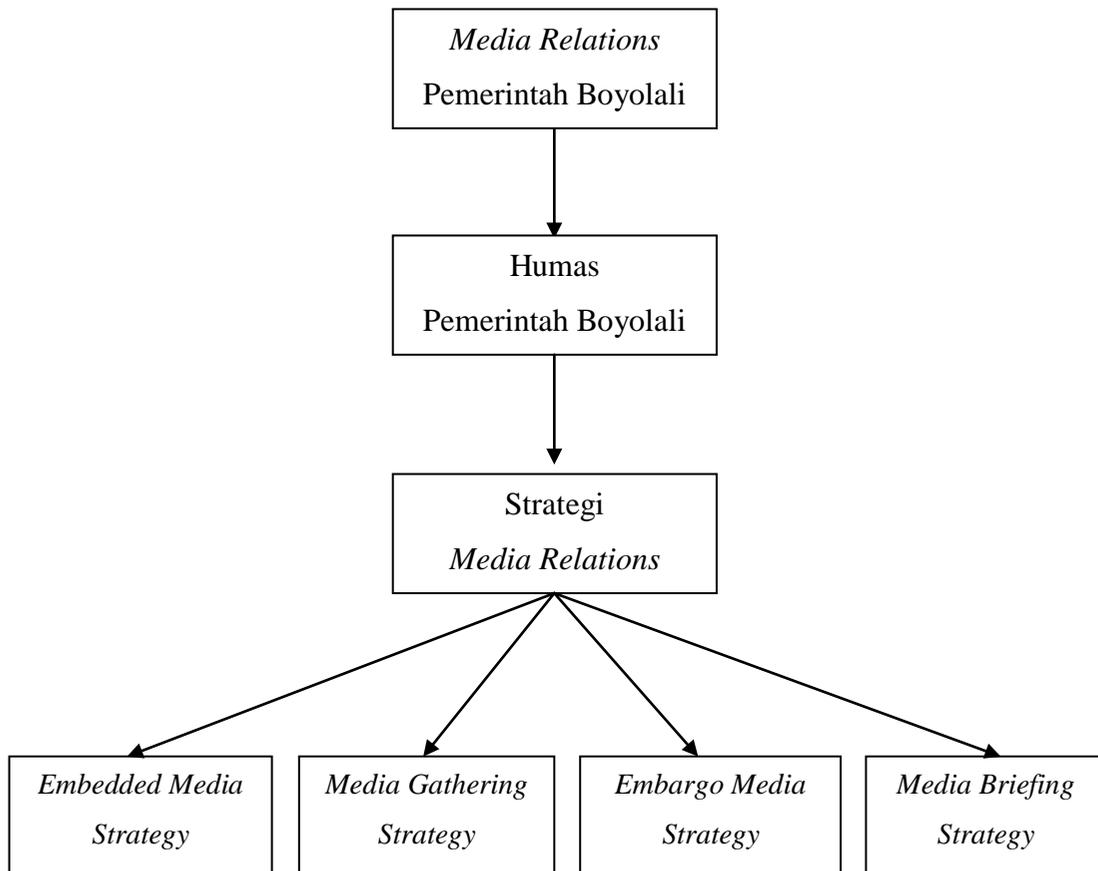
informasi yang penting bagi media, karena itu sikap keterbukaan sangat diperlukan.

- c. Mempromosikan kemajuan pembangunan ekonomi dan kebudayaan yang telah dicapai oleh bangsa kepada khalayak di dalam negeri maupun khalayak luar negeri.
- d. Memonitor pendapat umum tentang kebijakan pemerintah, selanjutnya menyampaikan tanggapan masyarakat dalam bentuk *feedback* kepada pemimpin instansi-instansi pemerintah yang bersangkutan sebagai input.

Tugas seorang praktisi *public relations* dalam pemerintahan adalah menegakkan citra organisasi yang diwakilinya agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan tidak melahirkan isu-isu yang dapat merugikan. Untuk membentuk citra organisasi yang positif, praktisi *public relations* membutuhkan strategi.

## F. Kerangka Pemikiran

### 1. Gambar



Gambar 1

Skema Kerangka Pemikiran

Strategi Media Relations yang dilakukan adalah :

1	<i>Embedded Media Strategy</i>	Mengikutsertakan media dalam forum informal diskusi, <i>coffee morning</i> , forum hobby, mengirimkan email/contact person secara rutin, mengenal wartawan secara personal, dsb.
2	<i>Media Gathering Strategy</i>	Merancang acara khusus (cenderung informal), sebagai sarana pertemuan atau silaturahmi untuk mempererat hubungan dengan media/wartawan. Contoh: kunjungan ke redaksi media
3	<i>Embargo Media Strategy</i>	Membantu kerja media/wartawan dalam proses produksi berita dengan memberikan informasi/data seawal mungkin dengan limit waktu penyajian berita yang sudah disepakati. Contoh: pengiriman press release/kit & undangan peliputan
4	<i>Media Briefing Strategy</i>	Melakukan briefing /pengarahan kepada pihak media/wartawan untuk memberikan latar belakang informasi serta aturan dalam peliputan. Tujuannya, meminimalisir perbedaan persepsi/interpretasi. Contoh: press conference/tour dilengkapi press release/kit

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut (Sugiono, 2009:15), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sample sumber dan data dilakukan secara purposive dan snowbaal, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Mengingat permasalahan dan tujuan yang akan diteliti, maka penelitian ini diharapkan dapat memperoleh data dan informasi mengenai Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Pemkab Boyolali dalam menjalin hubungan dengan media. Informasi yang digali lewat wawancara mendalam terhadap informan (Kepala Sub. Bagian Pemberitaan dan wartawan). Teknik kualitatif dipakai sebagai pendekatan dalam penelitian ini, karena teknik ini untuk memahami realitas rasional sebagai realitas subjektif khususnya wartawan sebagai bagian dari media massa. Proses observasi dan wawancara mendalam bersifat utama dalam pengumpulan data. Dari observasi, diharapkan mampu menggali kegiatan media relations di Humas dan Protokol Pemkab Boyolali.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini Bagian Humas dan Protokol Setda Kabupaten Boyolali Jl Merbabu No 48 Boyolali. Penelitian ini akan fokus pada kegiatan yang dilakukan Humas Pemkab Boyolali dalam menjalin hubungan dengan media..

## 3. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama yang di lapangan. Untuk data primer ini penulis melakukan wawancara dengan orang yang terlibat langsung dengan proses kehumasan di Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Boyolali, baik menurut jalur pertanggungjawaban, rekan wartawan yang membuat berita ataupun tim Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Boyolali. Adapun sumber dalam penelitian ini adalah :

- 1) Informan 1 adalah bagian Humas Pemkab Boyolali
- 2) Wartawan dari media massa surat kabar, yaitu Solopos, Joglosemar

### b. Data Sekunder

Data sekunder melalui studi pustaka, kliping surat kabar, pengamatan/ observasi, *press release*, dan lembar analisis berita.

Selain studi pustaka penulis juga melakukan observasi yaitu pengumpulan data dengan cara mengumpulkan pemberitaan mengenai Pemerintah Kabupaten Boyolali di media cetak (secara khusus surat kabar yang menjadi sasaran penelitian, kliping yang telah dibuat,

kemudian menganalisisnya). Penulis juga akan melakukan pengamatan secara langsung di Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Boyolali, berkaitan dengan pelaksanaan bagian Humas dan Protokol dalam menjalin hubungan dengan media, terutama berkaitan dengan aplikasi strategi *Media Relations*.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

##### 1) Wawancara

Peneliti akan melakukan tanya jawab pada objek penelitian sebanyak banyaknya agar mendapatkan data yang diinginkan sehingga mendapatkan data yang akurat dan dapat di pertanggungjawabkan.

Pada penelitian ini, peneliti memiliki informan sebagai sumber dari informasi penelitian.

- a. Informan 1 adalah bagian Humas Pemkab Boyolali
- b. Informan 2 adalah awak media dalam hal ini adalah media surat kabar Solopos

##### 2) Observasi

Peneliti melakukan observasi secara langsung di lapangan serta mencatat atau merekam setiap tindakan atau kejadian yang terjadi di lapangan. Observasi yang peneliti lakukan adalah mengamati dan mendampingi secara langsung kegiatan humas sehari hari. Hal ini bertujuan untuk mengetahui agenda dan kegiatan rutin humas Pemkab Boyolali.

### 3) Dokumentasi

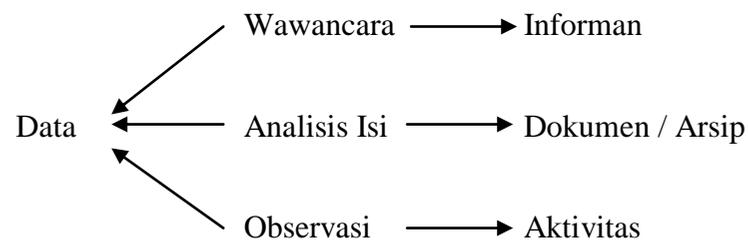
Dokumentasi dilakukan untuk menunjang peneliti agar data yang belum lengkap menjadi data yang lebih falit dokumentasi dilakukan dengan cara memfoto. Dokumentasi dilakukan sebagai bukti kegiatan konkrit atau nyata dari Pemkab Boyolali

## 5. Validitas Data

Semua data yang terkumpul baik primer maupun sekunder akan dibaca, dipelajari dan ditelaah. Kemudian penulis akan membuat abstraksi yaitu membuat rangkuman yang menjadi inti, proses dan pernyataan-pernyataan dari keseluruhan data tersebut. Kemudian dan tahap akhirnya melalui pemeriksaan keabsahan data

Validitas data yang digunakan adalah teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan data dari satu sumber dengan dicek dengan sumber lain untuk pengecekan atau perbandingan terhadap data (Moleong, 2004:190).

Triangulasi data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Artinya, membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi atau data yang diperoleh melalui wawancara dan alat yang berbeda antara data primer berupa wawancara dan data sekunder berupa dokumen-dokumen terkait. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada skema berikut :

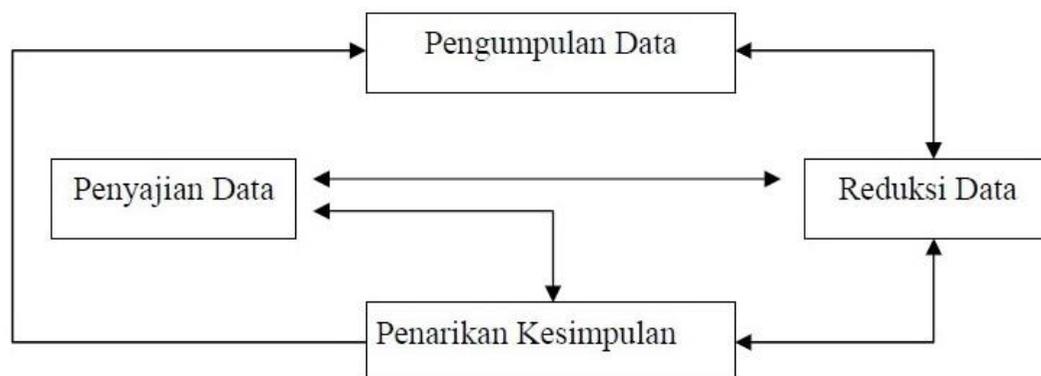


Gambar 1 Triangulasi Data

## 6. Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif. Model analisis interaktif terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles, 1992: 16).

Dalam pandangan yang dikemukakan oleh Miles di atas, tiga jenis analisis dan kegiatan pengumpulan data merupakan proses siklus dan interaktif seperti pada gambar di bawah ini :



Gambar 1 Skema Model Analisis Interaktif

(Sumber : Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman (1992: 20))

Analisis data dalam gambaran diatas merupakan upaya yang secara terus-menerus. Masalah reduksi data penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang saling menyusul.

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan informasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak ketika penelitian memutuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih. Tahapan selanjutnya adalah membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus, membuat partisi, dan menulis memo. Reduksi data ini terus berlanjut sampai penulisan suatu penelitian selesai.

b. Penyajian Data

Penyajian data yang dikumpulkan dibatasi hanya sebagai kumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang dimaksud meliputi berbagai jenis grafik, bagan, dan bentuk lainnya. Semuanya dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah didapatkan. Dengan demikian dapat mempermudah penganalisisan dalam melihat apa yang terjadi,

dan menentukan apakah penarikan kesimpulan yang benar sudah dapat dilakukan ataukah terus melangkah melakukan analisis yang berguna.

c. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan analisis selanjutnya adalah menarik kesimpulan. Mulainya dari pengumpulan data, pendefinisian suatu konsep mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kemudian menjadi keterangan yang lebih rinci sebagai kesimpulan. Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan yang ada dapat diverifikasi selama penelitian berlangsung.