

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Temanggung merupakan salah satu bentuk lembaga perwakilan rakyat (parlemen) daerah (provinsi/kabupaten/kota) di Indonesia yang berkedudukan sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah bersama dengan pemerintah daerah. DPRD diatur dengan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2009. DPRD merupakan mitra kerja kepala daerah (gubernur/bupati/wali kota). Sejak diberlakukannya UU Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, kepala daerah tidak lagi bertanggung jawab kepada DPRD, karena dipilih langsung oleh rakyat melalui pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah.

Sebagaimana anggota DPRD di Kabupaten lain yang tersandung kasus korupsi, anggota DPRD Kabupaten Temanggung juga tersandung kasus yang serupa. Kasus ini terjadi pada 21 Desember 2010 lalu dimana 6 mantan anggota DPRD Temanggung periode 1999-2004 divonis dalam perkara dugaan korupsi anggaran biaya pendidikan untuk putra-putri anggota DPRD tahun 2004 (Kedaulatan Rakyat, 22 Desember 2010). Kasus tersebut merupakan kelanjutan dari kasus mantan Wakil Ketua DPRD Kabupaten Temanggung periode 1999-2004, Fatahilah Azzainy yang divonis penjara 1 tahun 4 bulan dengan kasus serupa (Koran Tempo, 26 November 2009).

Berbagai kasus yang melibatkan Anggota DPR ternyata berdampak buruk terhadap tingkat kepercayaan masyarakat. Hasil survei dari Cirus memperlihatkan sebanyak 60,1 persen responden merasa anggota [DPR](#) tidak memperjuangkan aspirasi rakyat. Kemudian 50,1 persen responden merasa anggota DPRD Kab/kota tidak memperjuangkan aspirasi masyarakat. Lalu 58,4 persen responden merasa anggota DPRD Provinsi juga tidak memperjuangkan aspirasi rakyat (<http://wartakota.tribunnews.com>). Hasil survei ini menunjukkan bahwa kinerja DPR masih belum memuaskan di mata publik. Kinerja yang buruk ini dapat menimbulkan ketidakpercayaan publik terhadap anggota DPRD Kab/kota.

Adanya beberapa kasus yang melibatkan anggota DPRD Temanggung tersebut di atas maka akan memunculkan persepsi negatif publik dan pada akhirnya dapat mengurangi tingkat kepercayaan masyarakat. Guna tetap memelihara kepercayaan masyarakat terhadap anggota DPRD Kabupaten Temanggung di mata publik, maka peran Humas DPRD Kabupaten Temanggung sangat dibutuhkan untuk menjaga kepercayaan publik. Salah satu usaha untuk membangun kepercayaan publik adalah dengan membangun *media relations*. Menurut Iriantara (2005) *media relations* merupakan bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menurut Lesly (1991) memberikan definisi *Media Relations* sebagai hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media

terhadap kepentingan organisasi. Jadi dapat disimpulkan pengertian media *relations* adalah relasi yang dibangun dan dikembangkan dengan media untuk menjangkau *public* guna meningkatkan kepercayaan.

Upaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pemerintah termasuk DPR maka diterbitkannya UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi. Melalui UU Nomor 14 Tahun 2008 tersebut maka dimungkinkan setiap warga negara memiliki hak untuk mengetahui setiap kebijakan yang akan dilakukan oleh pemerintah. Pada pasal 3 menyebutkan bahwa Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi bertujuan untuk 1) menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik; 2) mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik; 3) meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan Badan Publik yang baik; 4) mewujudkan penyelenggaraan Negara yang baik, yaitu yang transparan, efektif dan efisien, akuntabel serta dapat dipertanggungjawabkan; 5) mengetahui alasan kebijakan publik yang mempengaruhi hajat hidup orang banyak; 6) mengembangkan ilmu pengetahuan dan mencerdaskan kehidupan bangsa; dan/atau 7) meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi dilingkungan Badan Publik untuk menghasilkan layanan informasi yang berkualitas.

Media relations bagi sebuah organisasi tidak terlepas dari “kekuatan” media massa yang tidak hanya mampu menyampaikan pesan kepada banyak khalayak, namun lebih dari itu. Media sebagaimana konsep dasar yang diusungnya memiliki fungsi mendidik, memengaruhi, mengawasi, menginformasikan, menghibur dan memobilisasi. Dari sinilah media memiliki potensi strategis untuk memberi pengertian, membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat dan perilaku sebagaimana tujuan yang hendak disasar lembaga.

Pentingnya media *relations* bagi sebuah organisasi inilah yang membuat humas DPRD Kabupaten Temanggung juga membangun relasi dengan media. Kegiatan humas DPRD Kabupaten Temanggung dalam membangun kepercayaan publik terhadap anggota DPRD Kabupaten Temanggung adalah *pertama* media cetak. Media cetak adalah adalah suatu media yang penyajian pesanya tercetak, misalnya, jurnal, majalah, surat kabar (koran). *Kedua* media elektronik, media elektronik seperti Radio dan televisi. *Ketiga sepecial event* yaitu suatu kegiatan atau media pertemuan langsung (*face to face*), misal: presentasi, diskusi panel, seminar, pameran. *Keempat* Media luar ruang. Media luar ruang adalah suatu media komunikasi yang di sajikan di tempat umum dengan ukuran yang lebih besar misalnya sepanduk, papan reklame, benner dan poster

Media dinilai memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini khalayak. Dalam konteks lembaga pemerintahan pun, media massa memegang peranan sebagai sumber informasi dan pembentukan opini publik dan dapat

menimbulkan citra suatu organisasi. Media massa memiliki potensi untuk membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat dan perilaku, mendorong tindakan, dan ada juga yang menyebutkan bahwa media massa bisa membantu kita merumuskan cara memandang dunia. Dengan kekuatan dan kemampuan yang dimiliki oleh media, maka peran media tidak dapat diabaikan begitu saja dalam program dan kegiatan Humas DPRD Kabupaten Temanggung, dalam upaya membangun citra positif di mata publik.

Salah satu aktifitas yang sering dilakukan dalam media *relations* adalah konferensi pers (*Press Conference*). Konferensi pers (*Press Conference*), merupakan sebuah pertemuan yang diselenggarakan oleh humas DPRD Kabupaten Temanggung dengan mengundang pekerja media untuk menyampaikan pesan tertentu. Pesan yang disampaikan dalam konferensi pers ini biasanya klarifikasi suatu masalah yang ada pada DPRD Kabupaten Temanggung. Humas DPRD Kabupaten Temanggung selain melakukan konferensi pers, juga melakukan *press luncheon/press gathering*, yaitu humas mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan, sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu dengan top manajemen lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan/lembaga tersebut. Kegiatan *media relations* lainnya yang dilakukan oleh humas DPRD Kabupaten Temanggung adalah *press tour*. *Press tour* yaitu mengajak kalangan wartawan berkunjung ke suatu lokasi, baik yang berada di lingkungannya, maupun ke tempat atau lokasi yang memiliki kaitan dengan kiprah lembaga tersebut, misalnya desa binaan lembaga dan lain sebagainya.

Dengann adanya kegiatan *press luncheon/press gathering* dan *press tour* tersebut menjadikan humas DPRD Kabupaten Temanggung memiliki hubungan yang erat pada wartawan media. Hubungan baik ini sangat membantu kedua belah pihak. Pertama, humas DPRD Kabupaten Temanggung memiliki *media relations* sehingga mempermudah publikasi kegiatan yang dilakukan humas DPRD Kabupaten Temanggung. Kedua, media selaku pencari berita akan selalu dapat memberikan informasi yang akurat pada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa humas DPRD Kabupaten Temanggung sangat memerlukan relasi dengan media. Hal ini dikarenakan media massa mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membangun opini *public*. Aktivitas yang dilakukan oleh humas DPRD Kabupaten Temanggung untuk membangun *media relations* adalah dengan mengadakan konferensi pers, *press luncheon* dan *press tour*. Masih banyak aktivitas *media relations* yang dapat dilakukan oleh humas DPRD Kabupaten Temanggung untuk membangun kepercayaan publik. Oleh karena itu penyusun tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul “**Aktivitas Media Relations Humas DPRD Kabupaten Temanggung Dalam Rangka Membangun Kepercayaan Publik Pada Tahun 2012-2013**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana aktivitas *media relations* humas DPRD

Kabupaten Temanggung dalam rangka membangun kepercayaan publik pada tahun 2012-2013?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan mendeskripsikan aktivitas *media relations* humas DPRD Kabupaten Temanggung dalam rangka membangun kepercayaan publik pada tahun 2012-2013.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian tentang aktifitas *media relations* humas DPRD Kabupaten Temanggung dalam dalam rangka membangun kepercayaan publik pada tahun 2012-2013 dapat dijadikan salah satu sumber referensi oleh humas DPRD Kabupaten Temanggung untuk menggunakan aktifitas mana yang paling tepat untuk memperbaiki citranya di mata publik.

E. Kajian Teori

1. *Public Relations* Pada Pemerintahan

Pemerintahan Indonesia sendiri sejak tahun 1970-an memutuskan untuk membentuk Bagian Penerangan Masyarakat (merupakan cikal bakal bagian humas yang sejak tahun 1983 semua kantor pemerintah daerah dilengkapi dengan bagian humas). Bahkan pemerintah melalui Universitas Indonesia, membuka jurusan publisistik Fakultas Pengetahuan Masyarakat

yang dimaksudkan untuk menyiapkan praktisi, humas, di antara lain di bidang penerangan luar negeri. Pada tahun 1971 Indonesia membentuk BAKOHUMAS (Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat) yang bertugas untuk membantu Menteri Penerangan dalam menetapkan kebijakan pembinaan hubungan yang lancar dan harmonis antara masyarakat dan pemerintah: mengadakan koordinasi, integrasi, sinkronisasi, dan kerjasam antar humas departemen/ lembaga negara: merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan kehumasan sesuai dengan kebijakan pemerintah. Jadi, kepeloporan pemerintah dalam kelembagaan dan pendidikan humas sangat tinggi (Rizal dkk, 2012:10)

Tugas pemerintah memang sangat berat, hal ini disebabkan masyarakat yang dihadapi terdiri dari berbagai publik dengan kepentingan yang sangat kompleks. Hal ini memang tidak lepas dari “karakteristik” yang melekat dalam setiap program atau kegiatan pemerintah, antara lain sebagai berikut: (Rizal dkk, 2012:10-11)

- a. Program pemerintah ditujukan untuk masyarakat luas. Dengan berbagai latar belakang, karakter, ekonomi, pendidikan (intelegensi) yang beragam.
- b. Sering kali hasilnya abstrak, yang sulit dilihat dalam waktu dekat, bahkan dalam jangka yang panjang sekalipun, karena sifatnya yang integral dan berkesinambungan. Melibatkan generasi kegenarasi. Bahkan program pemerintah cenderung dibayar dengan “harga sosial” yang tinggi. Program-program pemerintah sering kali tidak dapat

menghindari perlunya: pengorbanan: sosial (masyarakat). Di sinilah perlunya pendekatan khusus untuk melibatkan partisipasi dan emansipasi masyarakat.

- c. Program pemerintah selalu mendapat pengawasan dari berbagai kalangan, terutama pers, lembaga swadaya masyarakat, sebagainya. Mereka sangat berperan dalam proses penyadaran masyarakat mengenai permasalahan-permasalahan mereka sebagai warga masyarakat.

Atas dasar karakteristik itulah yang menjadi alasan mengapa humas pemerintahan perlu diterapkan dan dikembangkan secara profesional. Kebanyakan humas pemerintahan diarahkan untuk hubungan dengan media, masalah umum, dokumentasi dan publikasi. Demikian juga dengan namanya, selain divisi humas, misalnya juga dikenal dengan istilah sekretaris pers divisi informasi dan komunikasi, bagian umum, pusat dokumentasi dan publikasi, dan sebagainya (Kusumastuti 2000: 37-39).

Humas dalam instansi pemerintah adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk menjembatani antara kepentingan Pemerintah dengan kepentingan masyarakat. Bagian Humas dalam institusi pemerintah dibentuk untuk mempublikasikan kebijakan dan menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat serta mampu menyediakan sarana untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Pemerintah yang baik adalah pemerintahan yang demokratis, pemerintahan demokratis yang sukses membutuhkan hubungan yang bertanggung jawab dengan masyarakat, didasarkan pada kepentingan bersama. Di semua Negara,

khususnya Negara berkembang seperti Indonesia, lembaga kehumasan sangatlah diperlukan. Humas ini merupakan kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, pemberian pelayanan kepada masyarakat dengan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang atau golongan, agar lembaga atau instansi dimana Humas itu berada memperoleh kepercayaan dari publiknya yaitu masyarakat.

Humas pemerintah merupakan subsistem dari sistem penerangan secara keseluruhan dan merupakan bagian dari kegiatan komunikasi sosial. Humas sebagai saluran langsung dari lingkungan di mana terjadi proses pengambilan keputusan kepada masyarakat, agar keputusan tersebut dapat dipahami dan diterima. Komunikasi antara pemerintah dengan publiknya menjadi penting, humas harus bisa menjembatani antara pemerintah dengan publiknya. Komunikasi yang efektif, meliputi analisis situasi dan merancang strategi.

Fungsi paling dasar humas dalam pemerintahan adalah membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintahan, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lattimore dkk, 2010). Berarti humas pemerintahan bertugas menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat. Selanjutnya memberikan pelayanan publik yang terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan kepada rakyat atau

masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau publik.

Menurut Cutlip dkk, (2000: 466) terdapat setidaknya tujuh tujuan dari humas pemerintahan yaitu:

- a. Memberikan informasi kepada rakyat mengenai aktivitas dari badan pemerintah
- b. Memastikan adanya kerjasama aktif dalam program pemerintah atau partisipasi dalam program pemerintah (seperti perintah penggunaan sabuk pengaman, area bebas rokok dan lain sebagainya)
- c. Mendorong warga mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan.
- d. Melayani publik dengan menyampaikan opini publik, mengelola isu yang terjadi.
- e. Mengelola informasi internal.
- f. Memfasilitasi hubungan media
- g. Membangun komunitas dan bangsa dengan mewujudkan peraturan dan program yang dibuat.

2. *Public Relations* dan Tugas Kehumasan

Masyarakat sering mendefinisikan *Public Relations* atau Humas dari teknik dan taktik yang sering digunakan seperti publisitas di koran, wawancara di TV oleh juru bicara suatu organisasi atau penampilan seorang selebriti di acara khusus. Yang kurang dipahami oleh masyarakat

adalah Humas merupakan suatu proses yang melibatkan banyak aspek yang luas dan penting. Termasuk riset dan analisis, pembuatan kebijakan, pemrograman, komunikasi dan umpan balik dari berbagai macam publik (Dennis, 1989; 3).

Webster's New World Dictionary mendefinisikan istilah *Public Relations* sebagai:

“Hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas; khususnya fungsi-fungsi koperasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri” (William, 1978).

Menurut Frank Jefkins dalam Yadin (2003:10), *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Dengan diterimanya definisi di atas, dapat dikatakan bahwa Humas terdiri dari empat unsur dasar yaitu:

- a. Humas merupakan filsafat manajemen yang bersifat sosial

Hal ini berarti bahwa Humas meletakkan kepentingan masyarakat lebih dulu dari pada segala sesuatu yang berkenaan dengan perilaku organisasi.

- b. Humas merupakan suatu pernyataan tentang filsafat tersebut dalam keputusan kebijaksanaan

Setiap lembaga memiliki kebijaksanaan-kebijaksanaan yang menetapkan sejumlah tindakan yang harus diikuti dalam kegiatannya. H.W. Close, ketua dewan Spring Mills, INC., menunjukkan pentingnya humas sebagai suatu fungsi manajemen dan mengidentifikasi masalah-masalah yang lebih besar kepentingannya bagi organisasi, dan kemudian merekomendasikan apa yang seharusnya dilakukan organisasi untuk mengatasi masalah tersebut (Close, 1980: 11-14).

c. Humas adalah tindakan sebagai akibat dari kebijaksanaan sehat

Pernyataan kebijaksanaan meskipun mencerminkan maksud manajemen untuk melayani kepentingan publik, tidaklah cukup. Agar lebih berarti, kebijaksanaan itu haruslah diungkapkan dalam tindakan-tindakan yang sesuai dengan kebijaksanaan itu.

d. Humas merupakan komunikasi dua arah

Melalui komunikasi kearah publiknya, manajemen kemudian menjelaskan, mengumumkan, mempertahankan, atau mempromosikan kebijaksanaannya kepada publik dengan maksud untuk mengukuhkan pengertian dan penerimaan sehingga memperoleh saling pengertian dan itikad baik.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom, dalam buku *Effective Public Relations*, menyebutkan beberapa tugas *Public Relations*, antara lain (Cutlip, Center, Broom, 2005: 31-32):

a. Menulis dan menyunting: menyusun siaran pers cetak dan siar, cerita khusus, *newsletter* untuk karyawan dan *stakeholder* eksternal,

korespondensi, pesan *Web-site* dan media *on-line* lainnya, laporan pemegang saham dan laporan tahunan, pidato, brosur, naskah film dan tayangan slide, artikel publikasi dagang, iklan kelembagaan, serta produk dan bahan kolateral teknis.

- b. Menjadi penghubung media dan pemuatan: menghubungi media berita, majalah, suplemen minggu, penulis lepas, dan publikasi dagang agar mereka memuat atau menayangkan berita dan *feature* tentang atau dari organisasi *stakeholder* bersangkutan. Menanggapi permintaan media akan informasi, bukti cerita, dan akses dengan sumber yang berwenang.
- c. Melakukan penelitian: mengumpulkan informasi tentang opini publik, kecenderungan, isu yang muncul, iklim dan legislasi politik, liputan media, kelompok minat khusus, dan kepentingan lainnya yang berkaitan dengan stakeholder organisasi. Mencari di internet, layanan *on-line*, dan database elektronik pemerintah. Membuat rancangan penelitian program, mengadakan survei dan menyewa kantor penelitian.
- d. Mengatur manajemen dan administrasi: membuat program dan perencanaan melalui kerjasama dengan manajer lainnya, menetapkan kebutuhan, menentukan prioritas, menetapkan publik, menentukan sasaran dan tujuan, serta mengembangkan strategi dan taktik. Mengelola personil, anggaran, dan jadwal program.

- e. Melakukan konseling: memberi saran bagi manajemen puncak seputar lingkungan sosial, politik, dan peraturan, berkonsultasi dengan tim manajemen mengenai cara menolak atau menanggapi krisis, dan bekerja dengan pengambil keputusan kunci untuk merancang strategi mengelola atau menanggapi isu yang kritis dan sensitif.
- f. Menyelenggarakan kegiatan khusus: mengatur dan mengelola konferensi pers, lomba lari 10-K, konvensi, *open house*, pengguntingan pita dan grand opening, perayaan hari jadi, kegiatan pengumpulan dana, kunjungan orang-orang penting, kontes, program pemberian penghargaan, dan peristiwa khusus lainnya.
- g. Berpidato: berbicara di depan kelompok, memberi bimbingan untuk tugas bicara, dan mengelola biro pembicaraan untuk menyediakan mimbar bagi organisasi di depan pendengar penting.
- h. Berproduksi: menciptakan komunikasi dengan menggunakan pengetahuan dan keterampilan multimedia, termasuk seni, tipografi, fotografi, tata letak, dan desktop *publishing computer*, merekam dan menyunting audio dan video, serta menyiapkan presentasi audiovisual.
- i. Memberi pelatihan: mempersiapkan eksekutif dan juru bicara lain yang ditunjuk untuk menangani media dan penampilan publik lainnya. Menginstruksi organisasi lainnya untuk memperbaiki keterampilan menulis dan berkomunikasi. Membantu memperkenalkan perubahan dalam budaya, kebijakan, struktur, dan proses organisasi.

- j. Melakukan kontak: memberi layanan sebagai penghubung dengan media, komunitas, serta kelompok internal dan eksternal lainnya. Mendengar, menegosiasi, mengelola konflik, dan mencapai kesepakatan sebagai mediator antara organisasi dan *stakeholder* pentingnya. Menemui dan menghibur tamu dan pengunjung sebagai tuan rumah.

Dalam kusumastuti, (2002: 22) disebutkan dua fungsi PR, yakni fungsi konstruktif dan korektif.

a. Fungsi konstruktif

Djanalis menganalogikan fungsi ini sebagai “perata jalan”. Jadi, humas merupakan “garda” terdepan yang dibelakangnya terdiri dari “rombongan” tujuan- tujuan perusahaan. Ada tujuan marketing, tujuan produksi, tujuan personalia, dan sebagainya. Peranan humas dalam hal ini mempersiapkan mental publik untuk menerima kebijakan organisasi/ lembaga, humas menyiapkan “mental” organisasi/ lembaga untuk memahami kepentingan publik, humas mengevaluasi perilaku publik maupun organisasi untuk direkomendasikan kepada manajemen, humas menyiapkan prakondisi untuk mencapai saling pengertian, saling percaya dan saling membantu terhadap tujuan- tujuan publik organisasi/ lembaga yang diwakilinya. Fungsi konstruktif ini mendorong humas membuat aktifitas atau kegiatan- kegiatan yang terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Termasuk disini humas bertindak secara preventif (mencegah).

b. Fungsi korektif

Pada fungsi korektif berperan sebagai “pemadam kebakaran”. Yakni apabila api sudah terlanjur menjalar dan membakar organisasi/ lembaga, maka yang dapat dimainkan oleh humas adalah memadamkan api tersebut. Artinya, apabila sebuah organisasi/ lembaga terjadi masalah-masalah (krisis) dengan publik, maka humas harus berperan dalam mengatasi terselesaikannya masalah tersebut.

3. *Media Relations*

a. Definisi *Media Relations*

Media relation merupakan salah satu taktik yang dapat dilaksanakan oleh Humas pemerintah maupun organisasi profit. Para ahli pun sudah banyak mengemukakan definisi baku mengenai *media relations*, di antaranya seperti Frank Jefksin, Babara Averill, dan Juga Pihlip Lesley, berikut definisi *media relations* yang dikemukakan para ahli tersebut.

Frank Jefkins yang menyatakan bahwa *media relations* adalah

Usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan (Jefkins, 2002)

Lesly (1991) memberikan definisi *Media Relations* sebagai hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi. Sedangkan Iriantara (2005: 32) mengartikan *media relations*

merupakan bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan beberapa definisi yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa perusahaan/organisasi baik swasta ataupun pemerintah menggunakan media massa sebagai media untuk menyampaikan pesan dan informasi sekaligus pencitraan kepada publik. Semakin besar akses yang didapat publik dari media massa berkaitan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan/organisasi tersebut diharapkan berbanding lurus dengan tingkat kepercayaan publik. Adapun tujuan melakukan kegiatan *media relations* sebenarnya tidak hanya sekedar untuk memberikan informasi semata, melainkan dengan melakukan hal ini diharapkan terciptanya citra positif bagi lembaga yang bersangkutan.

b. *Media Relations* di Humas Pemerintahan

Keberadaan unit kehumasan di sebuah lembaga atau instansi pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang sesuatu kegiatan atau aktivitas instansi bersangkutan yang ditujukan baik untuk hubungan masyarakat ke dalam maupun hubungan masyarakat ke luar. Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas humas yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga

komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Humas pemerintah lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umum.

Menurut John D.Millett, humas dalam lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya (Ruslan, 2007), yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat.
- 2) Kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya.
- 3) Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan aparat pemerintahan.
- 4) Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga yang bersangkutan.

Menurut Dimock dan Koenig sebagaimana dikutip oleh Ruslan (2005: 338) pada umumnya tugas-tugas dari pihak humas instansi atau lembaga pemerintahan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan yang

akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut.

- 2) Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program pembangunan di berbagai bidang, sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.
- 3) Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah yang bersangkutan perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Seperti yang telah diketahui bahwa salah satu tugas pokok humas adalah bertindak sebagai komunikator, membantu (*back up*) mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi pemerintah bersangkutan, membangun hubungan baik dengan berbagai pihak dan hingga menciptakan citra serta opini masyarakat yang menguntungkan. Secara garis besarnya humas mempunyai peran ganda: yaitu fungsi keluar berupa memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan kedalam wajib menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan intansinya atau tujuan bersama.

Menurut Widjaja (2008), bidang kehumasan pemerintah memiliki dua tugas pokok berupa tugas strategis dan tugas taktis.

Secara strategis, humas pemerintah ikut berperan serta dalam *decision making proces*. Sementara untuk tugas taktis, humas pemerintah memiliki peran memberikan informasi kepada publik, menjalankan komunikasi timbal balik dan menciptakan citra yang baik bagi institusinya.

Dalam menyiarkan informasinya, pejabat humas pemerintah tentunya membutuhkan peran serta media untuk mempublikasikan seluruh aktivitas yang telah dijalkannya. Sehingga wajar bila dikatakan hubungan humas dan media merupakan hubungan dua arah. Disatu pihak, organisasi menyediakan informasi dan memberikan fasilitas-fasilitas kepada pers apabila diminta sebaliknya pihak pers memberikan komentar-komentar dan menyiarkan berita. Sehingga dalam upaya membina *media relations*, maka humas melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media massa atau pers (Elvinaro dkk, 2007) diantaranya:

- 1) Konferensi pers, temu pers atau jumpa pers yaitu informasi yang diberikan secara simultan/berbarengan oleh seseorang dari pejabat pemerintah kepada sekelompok wartawan, bahkan bisa ratusan wartawan. Biasanya pihak humas berinisiatif untuk melakukan pertemuan dengan para wartawan tentang suatu topik pembicaraan yang sedang hangat dibicarakan.
- 2) *Press breafing*, yaitu pemberian informasi diselenggarakan secara regular oleh seorang pejabat humas. Dalam kegiatan ini

disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang baru terjadi kepada pers, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan bila wartawan belum puas dan menginginkan keterangan lebih perinci.

- 3) *Press tour*, kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu dan mereka (media/pers) diajak menikmati objek wisata yang menarik. Keuntungan dari kegiatan ini ialah wartawan akan merasa dianggap sebagai bagian “keluarga sendiri” oleh organisasi, sehingga secara batiniah wartawan akan punya hubungan emosional.
- 4) *Press release*, siaran pers sebagai publisitas, yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan humas untuk menyebarkan berita.
- 5) *Special event*, yaitu peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan humas yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, yang mampu meningkatkan pengetahuan dan selera publik, seperti pameran, lokakarya, open house dan lainnya. Dalam kegiatan ini humas biasanya mengundang media atau pers untuk meliputnya.
- 6) *Press luncheon*, yaitu pejabat humas mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan, sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu dengan top manajemen perusahaan/lembaga guna mendengarkan perkembangan lembaga tersebut.

7) Wawancara pers, yaitu wawancara yang sifatnya lebih pribadi, lebih individu. Humas atau pimpinan puncak yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan atau reporter yang bersangkutan. Meskipun pejabat itu diwawancarai sesuai meresmikan suatu acara oleh banyak wartawan, tetap saja wawancara itu bersifat individu.

Selain itu dengan memperhatikan perkembangan dan tuntutan masyarakat dalam era transparansi, globalisasi, demokratisasi dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maka praktisi hubungan masyarakat, khususnya pejabat humas di lingkungan pemerintahan dalam pelayanan informasi publik, perlu melakukan reposisi dan peningkatan peran serta fungsinya. Sehingga untuk melakukan reposisi dan meningkatkan peran dan fungsi tersebut, praktisi Hubungan Masyarakat di lingkungan pemerintahan, di samping memiliki dan berkemampuan dalam pengelolaan bidang kehumasan, dituntut juga adanya kepekaan dalam pelaksanaan tugasnya berdasarkan prinsip-prinsip batasan moral, budaya dan norma yang berlaku di dalam masyarakat.

Menyadari akan pentingnya hal tersebut perlu ditetapkan Kode Etik Humas Pemerintahan sebagai landasan moral atau etika profesi dan menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas dan profesionalitas praktisi Humas Pemerintahan. Kode etik yang dimaksud ditetapkan dalam Keputusan Menteri Komunikasi dan

Informatika Nomor: 371/Kep/M. Kominfo/8/2007 Tentang Kode etik humas pemerintahan.

4. Tugas Pokok dan Fungsi Humas dalam *Media Relations*

Menurut Anne Van der Meiden dalam Buku *Public Relations een kenismaking* (1987). Fungsi utama *Public Relations* adalah sebagai berikut:

- a. Menumbuhkan, mengembangkan hubungan baik antara organisasi / perusahaan dengan publiknya baik internal maupun eksternal
- b. Menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan meningkatkan partisipasi publik.
- c. Menciptakan opini publik yang menguntungkan organisasi/perusahaan dan publik.

Berdasarkan tiga fungsi utama di atas, maka fungsi Humas adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai alat untuk mengetahui atau memahami sikap public dan mengetahui apa yang harus dan tidak boleh dilakukan oleh perusahaan/ organisasi untuk mengubah sikap mereka.
- b. Sebagai suatu program aksi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Pada dasarnya tujuan umum dari tugas Humas adalah upaya untuk menciptakan hubungan antara organisasi dengan publiknya yang pada akhir tujuannya diharapkan akan tercipta citra yang positif (*good image*),

kemauan yang baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling timbul pengertian (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak yang terkait.

Ada tiga pokok tugas Humas yaitu:

- a. Menyelenggarakan dan bertanggungjawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (*visual*) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi
- b. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Di samping itu menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Karena mereka ikut menentukan kehidupan organisasi apabila kita tidak saling mengganggu, perlu diajak berunding, demi kebaikan semua pihak tak ada yang dirugikan. Sebagai contoh, lingkungan tidak diganggu
- c. Memperbaiki Citra Organisasi

Bagi Humas, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi, dan seterusnya, tetapi terletak pada (1) bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan

secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi; (2) dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus (*Case Study*). Menurut Suharsimi Arikunto penelitian studi kasus adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu (Arikunto, 2002: 120). Ditinjau dari wilayahnya, maka penelitian kasus hanya meliputi daerah atau subjek yang sempit, akan tetapi ditinjau dari sifat penelitian, penelitian kasus lebih mendalam. Adapun tujuan studi kasus ialah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, karakter yang khas dari kasus ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas di atas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum (Mardalis, 1993: 57)

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2007: 4). Sedangkan metode deskriptif menurut Maman (2002) penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha

menggambarkan suatu gejala sosial. Dengan kata lain penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat studi.

2. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah tiga orang yang berasal dari staf Humas DPRD Kabupaten Temanggung yang secara langsung merancang serta menjalankan *media relations* guna menjalin hubungan dengan para relasi media dengan tujuan membangun kepercayaan publik terhadap DPRD Kabupaten Temanggung. Selain tiga key informan yang berasal dari internal organisasi, penulis juga melakukan wawancara dengan empat wartawan dari media massa. Dengan tujuan mendapatkan informasi atau keterangan-keterangan tentang aktivitas *media relations* Humas DPRD Kabupaten Temanggung.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data berdasarkan pendekatan kualitatif, penulis menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder. penelitian ini yang menggunakan adalah teknik wawancara dan observasi.

a. Wawancara

Data primer dalam penelitian ini yang meliputi aktivitas media relations Humas DPRD Kabupaten Temanggung, akan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam (*depth interview*)

dengan *key informan* dan informan yang telah penulis tentukan berdasarkan kriteria-kriteria yang mendukung. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung pada responden. Selain itu dilakukan tidak secara formal, dengan maksud untuk menggali pandangan, motivasi, perasaan dan sikap dari informan.

Wawancara dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dimana dilakukannya tanya jawab sepihak yang dikenakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Wawancara dalam penelitian bersifat bebas terpimpin, yaitu pedoman rnenirnpin jalannya tanyajawab kesatu arah yang telah ditetapkan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik di mana data diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada pada benda-benda tertulis seperti buku-buku notulensi, makalah, peraturan-peraturan, buletin-buletin, catatan harian dan sebagainya (Arikunto, 2006). Sedangkan pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu untuk memperoleh data yang terkait dengan aktifitas media *relations* humas DPRD Kabupaten Temanggung dalam membangun kepercayaan publik dan data lainnya yang mendukung atau dibutuhkan dalam penelitian ini.

Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini berupa kumpulan catatan aktifitas media *relations* humas DPRD Kabupaten yang telah disusun oleh pegawai DPRD Kabupaten. Dokumentasi

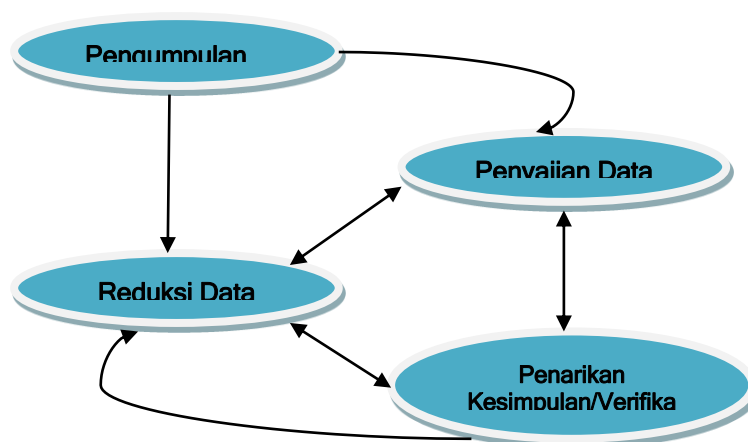
lainnya adalah berupa *press release* dari DPRD Kabupaten yang dipublikasikan di media cetak.

c. Observasi

Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari observasi. Observasi merupakan kata lain dalam istilah investigasi langsung suatu objek yang diteliti, namun peneliti tidak ikut terlibat dalam dinamika tersebut, peneliti hanya sebagai pemantau mengumpulkan data akurat sesuai informasi yang berkembang (Salim, 2001). Observasi yang dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas *media relations* Humas DPRD Kabupaten Temanggung. Pengamatan ini dilakukan sejak penulis melakukan penelitian di Humas DPRD Kabupaten Temanggung.

4. Teknis Analisis Data

Analisis data dilakukan sebagai penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi data. Triangulasi data/analisis dilakukan dengan cara meminta umpan balik dari informan yang berguna untuk alasan etik serta perbaikan kualitas laporan, data, dan kesimpulan yang ditarik dari data tersebut. Model analisis ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman

Sumber: Idrus, 2009:148

Berikut penjelasan masing-masing proses dalam analisis data model interaktif.

a. Pengumpulan Data

Bentuk data dari hasil penelitian kualitatif tidak hanya dalam bentuk kata-kata melainkan bisa berbentuk dokumen pribadi, foto, pengalaman pribadi, sejarah hidup dan lain sebagainya. Dalam penelitian kualitatif ini peneliti bisa menjadi partisipan observarian, dalam arti peneliti terlibat langsung dalam proses pengambilan data dilapangan. Untuk wawancara dengan informan kunci peneliti harus mengajukan pertanyaan yang mencakup 5W+1H yang dikembangkan secara lebih detail. Beberapa hal yang mungkin dapat dijadikan pedoman saat pengambilan data yaitu, fokus pada objek penelitian (melakukan penyempitan lingkup pengumpulan data), tentukan jenis penelitian (apakah merupakan kasus organisasi, studi pengamatan atau riwayat hidup), membuat pertanyaan analitis (pertanyaan yang dapat

menghantarkan peneliti kepada suatu konsep yang menjadi dasar masing-masing suatu kajian), memulai dari yang makro (dalam proses penelitian nantinya harus dimulai dari hal yang makro kemudian menuju hal yang lebih mikro), mengomentari gagasan (dalam penelitian gagasan yang muncul bisa dikomentari oleh peneliti), memo untuk diri sendiri (menulis memo untuk diri sendiri tentang hal-hal yang telah ditemukan dan dipelajari).

b. Tahap Reduksi Data

Tahap Reduksi data bisa diartikan sebagai sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan informasi data kasar yang muncul pada catatan-catatan yang tertulis dari lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus sejalan dengan penelitian yang sedang berlangsung. Dalam penelitian kualitatif meskipun data masih tergolong sedikit harus segera dilakukan reduksi data agar memudahkan peneliti dalam mengelompokkan data sesuai dengan topik penelitian.

c. Display Data

Display data bisa dikatakan sebagai proses penyampaian data. Miles dan Huberman menyatakan bahwa penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

d. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Bisa juga diartikan sebagai penarikan arti terhadap data yang telah ditampilkan. Pemberian ini akan memberikan interpretasi bagi peneliti dalam prose penarikan kesimpulannya. Miles dan Huberman menyatakan bahwa dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin ada, alur sebab akibat dan proposisi.