

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai seorang humas yang mempelajari kegiatan kehumasan (*public relations*) hal ini sangat penting karena selalu ada dua peran utama dalam kegiatan kehumasan yaitu sebagai teknisi dan manajer. Peran teknisi merepresentasikan seni public relations, seperti menulis, mengedit, memotret, menangani produksi komunikasi, membuat acara khusus, dan melakukan panggilan telepon dengan media.

Humas merupakan hal yang tidak asing lagi, karena sangat penting peran dan fungsinya dalam suatu organisasi, instansi atau perusahaan, maka kehumasan merupakan bagian dari kegiatan manajemen organisasi yang sedang berlangsung dalam rangka menjaga citra baik dan membentuk opini yang positif. Mendapatkan kepercayaan dan dukungan komunitas internal dan eksternal dari komunitas. Keberadaan humas pada instansi pemerintah atau lembaga publik merupakan kebutuhan fungsional untuk diseminasi atau rilis rencana atau kegiatan secara internal maupun eksternal kepada masyarakat.

Kabupaten Kampar mengalami perubahan struktur organisasi berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Kampar yang merupakan unsur pelaksana Pemerintah Kabupaten Kampar di bidang Komunikasi, Informatika dan Persandian. Sebelumnya yang menjalankan publikasi adalah Sekretariat Kampar kemudian berubah tanggung jawab dan fungsinya sebagai protokol dan dokumen kepemimpinan.

Diskominfo sesuai tugas dan fungsinya harus aktif dalam memberikan informasi yang aktual dan lengkap kepada pers dikarenakan media massa merupakan alat pendukung yang paling efektif untuk kepentingan publikasi dan publisitas. Berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah dalam menginformasikan kebijakan, program dan kegiatan Pemerintah Kabupaten Kampar, untuk itu media sebagai mitra kerja pemerintah tentunya sangat dibutuhkan dalam upaya penyebaran informasi yang seluas-luasnya kepada stakeholder dan publik, informasi yang disampaikan melalui media diharapkan dapat membantu pemerintah dalam memberikan penerangan dan pemahaman kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi yang benar.

Baru-baru ini sewa data center belakangan ini banyak dikritik oleh banyak kalangan. Melalui komunikasi, lembaga informasi dan pengkodean melaksanakan pengadaan pusat data di Kabupaten Kampar melalui penunjukan langsung (PL). Kebijakan tersebut sebenarnya didasarkan pada standarisasi data center Permenkominfo, yang meliputi pemilihan lokasi data center yang tidak terkena bencana, mudah diakses, dan mudah dalam pembangunan pusat data. Apalagi mengingat di Jakarta atau Batam, kegiatan pengelolaan data akan meningkatkan biaya perjalanan. “Persepsi negatif atas penerapan anggaran karena biaya berdasarkan pada pemakaiannya.

Diskominfo juga melakukan blunder yang membuat berbagai opini dimasyarakat dengan beredar foto bupati memasuki rumah warga memakai

sepatu, yang akhirnya langsung di klarifikasi oleh kadis diskominfo sendiri yang menimbulkan kegaduhan di kalangan masyarakat.

Berkenaan dengan tren konsumsi berita masyarakat yang terus meningkat, maka penulisan berita terkini perlu dilakukan evaluasi, terutama penulisan berita dalam siaran pers sebelum diterbitkan kepada redaksi berita utama, diskominfo Kampar sendiri mendapatkan wejangan dari wartawan senior, tentang bagaimana cara penulisan yang baik dalam membuat press release, dan juga untuk meningkatkan kualitas SDM yang ada di kominfo. Pada saat yang sama, jurnalis senior dan politikus Riau, Shafriadi, berkata: "Kita harus bisa membedakan siaran pers dari berita utama. Posisi kita sebagai pejabat berbeda dengan jurnalis, jadi pandangan mereka pasti berbeda. Siaran pers harus memiliki unsur 5W + 1H, dan memuat fakta yang terjadi saat itu juga, dan tidak boleh ada pendapat pribadi yang digunakan saat mengeluarkan siaran pers tersebut".

Ada juga kesalahpahaman yang terjadi tentang "humas" dengan salah satu wartawan dalam kejadian ini mengancam salah satu wartawan agar tidak memuat berita, humas pemerintah kabupaten kampar langsung mengkonfirmasi berita tersebut karena humas yang mengancam itu humas DPRD kampar, bukan humas pemerintah kabupaten kampar yang isu telah sampai ke masyarakat, karena humas DPRD dengan humas kabupaten kampar berbeda, dengan adanya konfirmasi membuat citra humas pemerintah kabupaten kampar di tengah masyarakat semakin baik.

Hubungan masyarakat harus mendapatkan dukungan dan kepercayaan publik. Relasi dengan media (*media relations*), yaitu menjalin relasi cocok untuk mengelola koran media cetak (koran, majalah) dan media elektronik (TV dan radio). Kegiatan hubungan media sangat penting. Alasannya adalah karena hal itu dapat mendorong penyebaran PR. Memberikan informasi kepada publik. Bersamaan dengan itu, menurut (Frank Jefkins, 2003) *News relations* (hubungan berita) adalah upaya untuk mencapai publikasi atau siarkan pesan terbesar atau informasi PR secara berurutan. Menciptakan pengetahuan dan pemahaman untuk audiens organisasi, atau perusahaan terkait.

Media merupakan partner utama humas dalam kegiatan humas, dan menjadi sarana humas untuk menyebarluaskan informasi atau berita kepada publik. Karena humas bisa langsung disebarluaskan ke publik melalui media, dan sifat media yang luas sangat membantu humas untuk berkomunikasi dengan publik. Dari sinilah fungsi *media relations* bersifat informatif dan deskriptif, sehingga media lain akan sangat membantu humas dalam menyebarkan informasi. Oleh karena itu, tugas humas juga tidak kalah pentingnya yaitu melaksanakan kegiatan *media relations* untuk menjalin hubungan dengan wartawan, selain memperhatikan keberadaan organisasi media dan asosiasi profesi jurnalis yang ada.

Menyadari betapa pentingnya melakukan *media relations* agar masyarakat dapat memperoleh informasi yang benar, maka tujuan utama mewujudkan *public relations* adalah untuk membentuk citra positif di

masyarakat dengan mempublikasikan kegiatan *public relations* yang dilakukan melalui media. Dalam hal ini diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar memosisikan diri sebagai portal informasi bagi masyarakat dan media. Di era digital sekarang ini, tidak mungkin berhasil melakukan kegiatan tanpa partisipasi media. Sebagaimana diketahui peneliti, sejak media telah menjadi bagian penting dari banyak orang saat ini, salah satu tugas utama humas adalah berperan sebagai komunikator dan menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal maupun internal. Humas berperan sebagai penghubung dan komunikasi antara pemberitaan dengan pemerintah, sekaligus menjadi jembatan antara pemerintah dan masyarakat, sehingga banyak kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui media. Dengan penyebaran informasi secara geografis dan demografis, maka akan sulit untuk berkomunikasi tanpa menggunakan media massa.

Pemerintah Kabupaten Kampar sendiri selalu aktif menjalin komunikasi dengan para media, karena dalam melakukan kegiatan publikasi humas Kampar sendiri menjadikan media cetak dan online digunakan sebagai adventorial dan galeri foto. Sedangkan media elektronik digunakan sebagai siaran tunda, adventorial, dan greeting. Pemerintah kampar juga melakukan kerjasama dalam bentuk website e-wartawan merupakan aplikasi yang dibuat khusus untuk mengoptimalkan efektivitas media IT dan kerjasama dengan media massa. Diharapkan melalui aplikasi ini terjalin kerjasama dan kemitraan yang baik antara Pemerintah Kabupaten Kampar dengan pers, karena kami juga berharap agar kritik dan saran kedepannya

kami memiliki keinginan dan komitmen yang sama untuk menyempurnakan aplikasi ini.

Bukan hanya kegiatan diatas Pemerintah Kabupaten Kampar secara rutin dalam mengunjungi kantor PWI dan juga akan membantu para wartawan yang berada di Kampar dalam hal pembangunan kantor PWI yang sudah masuk dalam program pembangunan di Kabupaten Kampar sendiri tahun 2020, sebagai bentuk komitmen Pemerintah Kabupaten Kampar dengan wartawan dalam memajukan informasi dan pelayanan kepada publik, sementara itu tahun 2019 kemarin pemerintah kabupaten kampar mendapatkan penghargaan KIAI award yang diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Riau sebagai bentuk penghargaan bagi Kabupaten yang ada di Riau tentang informasi keterbukaan publik di masyarakat, ini dapat dijadikan sebagai motivasi lebih maju dan berkembang lagi untuk tahun-tahun selanjutnya dalam informasi, agar dapat mempertahankan kredibilitas yang di dapatkan melalui bentuk penghargaan, juga bersaing untuk mengalahkan kabupaten-kabupaten lain se-Provinsi Riau dalam hal keterbukaan informasi publik.

Diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar dalam menjalankan *media relations* dengan bekerjasama dengan media online, cetak dan elektronik dengan 124 media massa baik media lokal maupun nasional, diskominfo selalu menyediakan press release setiap hari , dan juga selalu menghubungi para awak media untuk menghadiri konferensi pers yang diadakan dalam setiap menanggapi masalah (isu-isu) yang tengah terjadi,

Pemerintah Kabupaten Kampar juga menjadi tamu undangan dalam acara yang diadakan PWI, seperti yang terbaru acara konferensi VI kabupaten kampar, acara ini diadakan 3 tahun sekali dalam pemilihan ketua PWI Kampar.

Wujud kerjasama Diskominfo Kabupaten Kampar dengan beberapa diantaranya pemberitaan kegiatan positif yang diberitakan di media online:

Kabupaten Kampar mendapatkan penghargaan atas keterbukaan informasi publik se-provinsi Riau.

Gambar 1. 1 Penghargaan KIAI AWARD



Sumber: (MC KAB Kampar, 2019)

Gambar 1. 2 Bupati diskusi dengan wartawan



Sumber : (Harisep, 2020)

Humas Kampar mengharapkan koordinasi yang baik dan sharing informasi terjadi antara Pemerintah daerah dan wartawan, dan juga Pemerintah Kampar berjanji akan membangun gedung untuk PWI.

Gambar 1. 3 Bupati bertemu dengan ketua PWI Kampar



Sumber: (Akhir yani, 2020)

Media atau pers merupakan mitra pemerintah Kabupaten Kampar dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Gambar 1. 4 Bupati bersilahturahmi ke kantor PWI



Sumber: (Doni piliang, 2020)

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti karena diskominfo Kampar memiliki bentuk kerjasama melalui e-wartawan dengan 124 media massa yang membuat semakin banyak pemberitaan media yang membuat opini publik semakin positif buat Kabupaten Kampar, untuk itu peneliti menjadikan sebuah karya ilmiah yang berjudul **“Pelaksanaan *Media Relations* Diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar Tahun 2019-2020”**.

Penelitian yang dilakukan oleh Malayanti pada tahun 2016 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul **“Pelaksanaan Media Relations Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Lombok Utara Tahun 2014”** tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Humas dan Protokol Pemerintah Lombok Utara. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan humas dan protokol Pemerintah Kabupaten Lombok Utara melaksanakan beberapa kegiatan media relations yaitu press release, press tour, dan press gathering. Adapun faktor pendukung melalui komunikasi intens dengan wartawan, walaupun memiliki sumber daya dan anggaran terbatas, faktor penghambat kurangnya sumber daya humas profesional, masih terbatasnya fasilitas dan sarana informasi yang dimiliki, serta anggaran. (Malayanti, 2016)

Penelitian yang dilakukan Adhianty Nurjanah & Frizkia Yulianti pada tahun 2016 dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul Pemanfaatan Digital Public Relations(PR) dalam Mensosialisasikan tagline “jogja istimewa” Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. ini adalah Dengan memanfaatkan Digital PR, diharapkan proses sosialisasi Jogja Istimewa sebagai branding baru Kota Yogyakarta lebih cepat, tepat dan efektif tersosialisasi kepada seluruh elemen masyarakat di Kota Yogyakarta.menggunakan metode studi kasus yang termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini Pemanfaatan Digital Public Relations dalam sosialisasi “jogja istimewa” belum efektif dikarenakan kegiatan proses mengenalkan, mengkampanyekan melalui interaksi dengan memanfaatkan sumberdaya, sarana dan prasarana belum menyentuh pada sasaran dan tujuan sosialisasi yaitu memperoleh

identitas, mengembangkan nilai-nilai mulia yang terkandung dalam branding “jogja istimewa”. (Adhianty Nurjanah dan Frizkia Yulianti, 2016)

Penelitian yang dilakukan Adhianty Nurjanah, Wulan Widyasari dan Frizky Yulianti N dosen ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul PR dan *Media Relations* (Praktek *Media Relations* yang Efektif di Institusi Pendidikan di Yogyakarta) untuk mengetahui bagaimana praktek *media relations* yang telah dilakukan 10 Public Relations / Humas Perguruan Tinggi tersebut, dan bagaimana praktek *media relations* yang telah dilakukan oleh 10 Public Relations / Humas Perguruan Tinggi tersebut apakah sudah efektif ataupun belum menurut Wartawan sebagai mitra kerja PR dalam ber *media relations*. Menggunakan metode penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir semua perguruan tinggi di Yogyakarta yang menjadi objek dalam penelitian ini telah melakukan praktek *media relations*. Dalam praktek kegiatan *media relations*, *Public Relations Public Relations* institusi pendidikan tinggi seharusnya lebih kreatif, inovatif dalam mengelola peristiwa agar memiliki *news value* sehingga wartawan akan mempublikasikannya beritanya, selain itu karena memang menarik dan layak dipublikasikan. (Adhianty Nurjanah, Wulan Widyasari dan Frizky Yulianti N, 2015)

Dari ketiga penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yaitu berkaitan dengan *media relations*. perbedaan institusi pendidikan, Perbedaan dengan yang dilakukan penulis adalah pelaksanaan *media relations* diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar. Penelitian diatas kegiatan *media relations* dengan objek yang berbeda, mensosialisasikan tagline, dan strategi *media relations* tersebut dilakukan.

B. Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang peneliti rumuskan diatas bahwa masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar dalam melaksanakan *media relations*?
2. Kendala apa saja yang dihadapi Diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar dalam melaksanakan *media relations*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan *media relations* Diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar
2. Untuk mengetahui faktor yang pendukung dan penghambat Diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar dalam menjalankan *media relations*

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi teoritis bagi kajian ilmu komunikasi dalam studi *media relations*.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Memperdalam penelitian tentang pelaksanaan media relations diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar.
- b. Menjadi bahan evaluasi bagi diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar.

E. Kajian Teori

1. Media Relations

Media relations merupakan 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.

Menurut Jefkins menjelaskan mengenai target *media relations* adalah pencapaian publikasi atau penyiaran maksimal atas informasi

organisasi, publikasi yang maksimal tidak hanya dari sisi jumlah media yang meliput melainkan juga penyampaian informasi yang lengkap, serta berada di posisi yang strategis atau mudah dibaca, didengar atau ditonton oleh pemirsa. (wardhani, 2008)

a. Pengertian

Menurut Diah Wardhani *media relations* adalah aktivitas komunikasi *public relations*(humas) untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta seimbang (balance). (Wardhani, *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi organisasi*, 2008)

b. Proses *media relations*

Organisasi dalam menjalankan *media relations* harus mengetahui kepentingan media. Hubungan *media relations* yang efektif adalah hubungan yang memberikan benefit atau keuntungan bagi kedua belah pihak. Media mendapatkan informasi dan perusahaan akan tercapai tujuannya dalam menyebarkan informasi kepada publik melalui media. Menurut wardhani sebagai berikut:

1. Perencanaan pada dasarnya merupakan usaha untuk mewujudkan sesuatu agar terjadi atau tidak terjadi pada masa depan. Oleh karena itu dalam kegiatan perencanaan biasanya memperhitungkan tindakan yang akan dilakukan dan sumber

daya yang diperlukan seperti sumber daya financial, dalam perencanaan organisasi harus memperhitungkan aspek-aspek internal dan eksternal. Adapun tujuan perencanaan *media relations* adalah:

- a. Untuk membangun image dan reputasi yang positif perusahaan: dengan adanya acara rutin yang memiliki nilai berita yang tinggi maka hubungan dengan media akan semakin membaik,
- b. Untuk mengklarifikasi opini negatif yang kurang benar di masyarakat
- c. Untuk mengalihkan perhatian publik dari isu negatif ke isu yang lebih positif. Dalam situasi perusahaan yang tidak bisa menghindari isu negatif di media massa, maka perusahaan dapat membuat agenda setting sendiri yang membuat publik juga melihat sisi lain perusahaan yang lebih positif.
- d. Untuk memudahkan media dalam menentukan kegiatan peliputan
- e. Menjaga hubungan yang baik serta mengevaluasi publisitas

2. Implementasi

Sesuatu yang penting dalam melakukan implementasi adalah dengan melakukan monitoring. Pada dasarnya monitoring

merupakan bentuk kontrol dan pengumpulan informasi mengenai tahapan capaian tujuan sebuah program atau kegiatan. Monitoring diperlukan untuk mengetahui apakah program berjalan baik atau tidak dan diperlukan untuk mengontrol kegiatan.

3. Evaluasi

Evaluasi merupakan keharusan ketika program atau kegiatan telah selesai dilakukan. Melalui evaluasi kita bisa mengetahui program atau kegiatan yang dilakukan berjalan baik atau tidak sesuai dengan target yang sudah ditentukan.

c. Tujuan *Media Relations*

Perusahaan atau organisasi yang menjalankan *program media relations* pada umumnya adalah yang sangat membutuhkan dukungan media massa dalam pencapaian tujuan organisasi, secara rinci tujuan organisasi adalah:

1. Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan lembaga atau organisasi yang baik untuk diketahui umum.
2. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, ulasan objektif dan seimbang) mengenai hal-hal yang menguntungkan lembaga/organisasi.
3. Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembaga/organisasi.

4. Untuk melengkapi data atau informasi pimpinan/lembaga organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian (assesment) secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan lembaga atau perusahaan.
5. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati. (Diah wardhani, 2008)

d. Prinsip yang perlu dipahami tentang media

1. Pemahaman terhadap karakteristik masing-masing media
2. Pemahaman terhadap publik (kondisi sosial, ekonomi, pendidikan, nilai budaya) masing-masing media
3. Pemahaman terhadap cara kerja wartawan masing-masing media
4. Pemahaman terhadap sistem politik negara
5. Pemahaman terhadap sistem media yang berlaku
6. Pemahaman terhadap sistem hukum, peraturan perundang-undangan

e. Aktivitas *Media Relations*

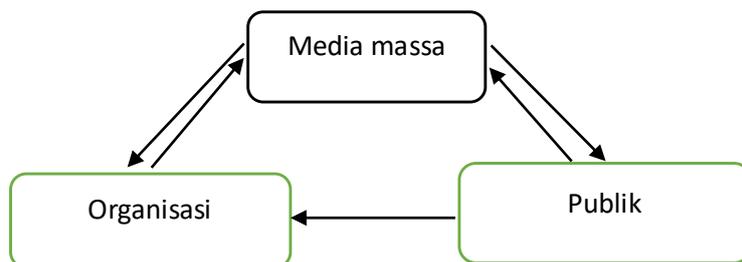
aktivitas *media relations* pada umumnya dijalankan oleh departemen public relations dan bentuk kegiatannya adalah:

1. Pengiriman siaran Pers,
2. Menyelenggarakan konferensi Pers,
3. Menyelenggarakan media gathering,
4. Menyelenggarakan perjalanan Pers,
5. Menyelenggarakan special event,
6. Menyelenggarakan wawancara khusus,
7. Menjadi narasumber media.

f. Arus Komunikasi dalam Media

Arus komunikasi dalam *media relations* dapat digambarkan seperti pada gambar berikut ini

Gambar: I.I (Arus komunikasi dalam media massa)



Sumber: (DR. Yosol iriantara, 2008)

Gambar diatas menunjukkan bahwa organisasi bisa menyampaikan informasi, gagasan atau pembentukan citra

kepada masyarakat (publik) melalui media massa, sedangkan masyarakat (publik) bisa menyampaikan harapan, informasi maupun aspirasi kepada organisasi melalui media massa maupun menyampaikan secara langsung ke organisasi yang bersangkutan. Dalam penelitian ini organisasi yang dimaksud adalah Diskominfo Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar sedangkan publiknya adalah masyarakat Kabupaten Kampar.

2. *Media Relations* di Humas Pemerintah

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 publik service atau demi meningkatkan pelayanan umum.

Menurut John D. Millett, Humas dalam lembaga Pemerintahan terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya (Ruslan Rosady, 2007) yaitu :

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.

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 instansinya atau tujuan bersama.

Menurut bidang kehumasan Pemerintah ada dua tugas pokok berupa tugas strategis dan tugas teknis. Secara strategis, humas

Pemerintah ikut berperan serta dalam decision making process. Sementara untuk tugas taktis, humas pemerintah memiliki peran memberikan informasi kepada publik, menjalankan komunikasi timbal balik dan menciptakan citra yang baik bagi institusinya. (widjaja, 2008)

Dalam menyiarkan informasi, pejabat humas Pemerintah tentunya membutuhkan peran serta media untuk mempublikasikan seluruh aktivitas yang telah dijalanannya. 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. (Ardianto Elvinaro, dkk, 2007) yaitu:

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 briefing, yaitu pemberian informasi diselenggarakan secara reguler 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 rinci.
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 adalah 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 tertinggi yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan atau reporter yang bersangkutan. Meskipun pejabat itu diwawancarai usai meresmikan suatu acara oleh banyak wartawan, tetap saja wawancara itu bersifat individu.

Selain itu guna 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-norma yang berlaku di dalam masyarakat. Maka 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 profesionalisme 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 (lampiran 1).

3. Publitas

Publisitas Apakah distribusi pesan direncanakan dan dilaksanakan melalui media untuk mencapai tujuan Untuk kepentingan organisasi dan individu tanpa membayar media. Pada saat yang sama, menurut Catlip dan Pusat, definisi propaganda adalah penyebaran informasi Secara sistematis tentang institusi atau individu. Lesley dalam (yosal iriantara, 2008)

Beberapa orang juga menyebut publisitas Berikan saja saran untuk memandu wartawan memasukkan namanya Berita tentang perusahaan atau produk yang memasuki program surat kabar, majalah, TV, atau radio Memberikan ide berita, sumber berita, informasi latar belakang dan bahan lainnya. Disamping ini ada Mereka percaya bahwa publisitas

adalah prioritas kepentingan organisasi. Media tertentu untuk menyampaikan informasi atau peristiwa strategis Organisasi bebas.

F. Metode Penelitian

1. Sifat dan Jenis Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini, peneliti ingin menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini menggambarkan berbagai kondisi, situasi atau berbagai fenomena yang berkaitan dengan pelaksanaan *media relations* diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar. (Burhan Bungin, 2007)

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah pihak diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar dan para stakeholder yang berkepentingan didalamnya, Sedangkan obyek penelitian ini adalah Pelaksanaan *media relations* Diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar Tahun 2019-2020.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengumpulkan data di antaranya:

a. Wawancara

Wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan

masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan adanya daftar yang telah dipersiapkan sebelumnya. (Moleong J.Lexy, 2005)

b. Dokumentasi

Rekaman dokumenter merupakan cara bagi peneliti kualitatif untuk memperoleh gambar dari sudut pandang subjek melalui media tertulis dan dokumen lain yang langsung ditulis atau diproduksi oleh subjek terkait (Herdiansyah, H, 2014) Dalam penelitian ini data dokumentasi sumber yaitu dari dalam internal seperti website resmi, artikel dan foto dokumentasi kegiatan sedangkan dokumen eksternal seperti media berita online dan lain-lain.

Tabel I.I (informan)

No.	Jabatan	Keterangan
1	Kepala Dinas Diskominfo Kampar	Informan 1 (ARIZON, SE)
2	Bidang Komunikasi dan informasi	Informan 2 (Sri Mardituni Astuti,SE)
3	Ketua PWI Kampar (wartawan cakaplah.com)	Informan 4 (Akhir Yani)
4	Wartawan datariau.com	Informan 4 (Midas Aditya)

4. Teknik Analisa Data

Menurut penjelasan Bogdan, analisis data adalah proses mencari dan meringkas data sistematis yang diperoleh dari wawancara, penjelasan langsung, dan dokumen lainnya, dengan tujuan agar mudah dipahami dan berbagi hasil dengan orang lain. (Sugiyono, 2013)

a. Reduksi data

reduksi data Didefinisikan sebagai seleksi, dengan fokus pada proses menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah data "mentah" yang dihasilkan dari catatan lapangan

b. Sajian data

Sajian data adalah kumpulan informasi terstruktur yang dapat menarik kesimpulan dan mengambil tindakan.

c. Kesimpulan

Sampai pada kesimpulan hanyalah sebagian dari aktivitas dalam konfigurasi lengkap. Selama penelitian berlanjut, kesimpulan tersebut diverifikasi, karena kesimpulan didasarkan pada reduksi data dan representasi data, yang merupakan jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam penelitian. (Matthews Milles, 1992)

5. Uji Validitas Data

Validitas data mengacu pada keakuratan data yang terjadi pada subjek penelitian dan memiliki kemampuan untuk dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu, data yang valid adalah data yang tidak memiliki perbedaan antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, jika tidak ada perbedaan antara isi yang dilaporkan peneliti dengan perubahan objek penelitian, maka temuan atau data tersebut dapat dinyatakan valid. (Sugiyono, 2013)

Adapun untuk menguji validitas data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi.

Triangulasi data mencoba untuk memeriksa keakuratan data yang dikumpulkan dan mencoba untuk memeriksa kebenaran data tertentu menggunakan data yang diperoleh dari sumber lain. Menurut Bungin Burhan, triangulasi teknis mengutamakan proses dan hasil yang diinginkan. Sedangkan William Wiersman dalam (Burhan Bungin, 2006) triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini untuk mengukur keabsahan data yaitu dengan mengamati, mencocokkan data hasil wawancara dengan pihak eksternal.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan pemahaman yang jelas tentang penelitian yang sedang berjalan maka disusun sistem penulisan yang memuat informasi tentang materi dan hal-hal yang dibahas pada setiap bab, dan sistem penulisan penelitian adalah sebagai berikut: Bab pertama pendahuluan, dan bab ini berisi tentang latar belakang masalah, pertanyaan yang diajukan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan. Bab 2. Bab ini memuat uraian mengenai objek penelitian, tentunya juga memuat tentang sejarah, gambaran umum, visi misi, tanggung jawab dan fungsi serta struktur Pusat Pertukaran dan Informasi Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kabupaten Kampar, serta pengenalan penyedia informasi. Bab ketiga, Pembahasan pada bab ini akan dipaparkan pelaksanaan *media relations* diskominfo Pemerintah Kabupaten Kampar, Pada bab ini juga membahas mengenai hasil penelitian serta analisis peneliti dengan dipadukan pada hasil temuan data penelitian dan bab keempat Penutup yaitu pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.