

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan di masyarakat. Komunikasi bisa dilakukan antar individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok. Begitu juga sebuah instansi pemerintah dengan para *stakeholders*-nya. Instansi pemerintah harus mampu melakukan komunikasi secara tepat dan efektif dengan publiknya, sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Dalam instansi pemerintah, komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang kebijakan pemerintah hingga memperoleh citra dan reputasi yang positif. Reputasi suatu instansi atau perusahaan akan meningkat apabila instansi tersebut memiliki citra yang positif.

Mengacu pada Grunig dan Todd (dalam Kriyanto, 2015:2), *Public Relations* merupakan orang yang memiliki peran sebagai manajemen komunikasi antara suatu perusahaan atau organisasi tertentu dengan publiknya. Dalam sebuah instansi atau perusahaan, hampir semuanya memiliki PR atau Humas. Praktisi *Public Relations* merupakan suatu yang harus ada dalam setiap instansi baik itu swasta maupun pemerintahan, yaitu sebagai jembatan yang memberikan informasi antara instansi dengan masyarakat, dan juga sebagai penghubung antara sebuah instansi dengan pers.

Saat ini seluruh negara didunia termasuk Indonesia sedang dihadapkan dengan pandemi *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) yang menimbulkan berbagai dampak di kehidupan masyarakat, tidak hanya bagi kesehatan, tapi juga kemanusiaan, sosial, dan ekonomi. Mengacu pada (Suryanto, 2020) bahwa pandemi COVID-19 membawa masyarakat dalam kondisi VUCA atau diartikan sebagai anomali, ketidakpastian, kerumitan, dan juga ketidakjelasan. Hal tersebut menjadikan masyarakat mencoba mencari informasi tentang COVID-19. Noah Harari dalam (suryanto, 2020) menyatakan bahwa “*The best defence humans have against pathogen is not isolation- it is information*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa kekuatan pertahanan kita yang utama bukanlah isolasi tapi informasi. Jadi informasi merupakan kekuatan pertahanan yang utama.

Dikutip dari Indiyanti dkk (2020: 44), media massa merupakan rujukan utama karena kebutuhan untuk *update* informasi terbaru sangat dibutuhkan di masa pandemi COVID-19. Oleh karena itu tingkat mengakses pemberitaan di media juga besar. Berdasarkan hasil riset pada tiga temuan kunci Kompas Gramedia Media Research, dalam mengidentifikasi situasi saat pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa reaksi dan respon masyarakat terpecah karena kebingungan terbanjiri informasi, dimana media memperparah situasi.

Dalam Hubungan Masyarakat, terdapat komponen penting yang harus ada didalamnya yaitu menjalin hubungan yang harmonis dengan media atau *media Relations*. *Media relations* itu sendiri memiliki tugas-

tugas pokok diantaranya adalah memonitor dan mengawasi aliran media dan informasi mengenai institusi atau perusahaan yang terkait sehingga *feedback* yang ada ditengah masyarakat mengenai suatu institusi atau perusahaan dapat langsung diketahui, selain itu informasi yang diperoleh oleh awak media juga sangat bersangkutan dengan Humas yang menangani *media relations*.

Memahami kebutuhan media perlu dilakukan dalam rangka mengoptimalkan *Media Relations* di masa pandemi. Pada saat ini, PR memiliki peran yaitu untuk mengurangi kebingungan publik melalui informasi yang terpercaya dan tentunya positif, serta informasi yang mampu menumbuhkan optimisme publik di tengah pandemi. Pemilihan konten dan lewat mana konten tersebut akan disalurkan menjadi hal yang sangat penting dan harus diperhatikan. Selama pandemi COVID-19 ini, media berperan untuk mendukung usaha pemerintah mengurangi COVID-19. Salah satu caranya yaitu dengan memberikan informasi kesehatan yang tepat. Masyarakat saat ini bingung antara informasi dan missinformasi. Sebesar 80% masyarakat mendapatkan informasi menggunakan media sosial, dan 51% mendapatkan informasi menggunakan aplikasi chat. Sebesar 72% percaya bahwa konten berita yang di produksi media kredibel (Sumber: <https://www.perhumas.or.id/media-relations-di-era-coronavirus/>, diakses pada 20 Januari 2021).

Di tengah pandemi COVID-19, peran media adalah menyajikan informasi yang akurat, namun tetap mengandung pesan yang mengedukasi

dan mampu menambah optimisme publik. Informasi terkait pandemi COVID-19 perlu disampaikan secara aktual dan faktual, hal itu bertujuan untuk menjaga kebutuhan informasi *stakeholder* media. Media dalam pusaran COVID-19 tercermin dalam sudut pandang pemberitaan yang dimiliki media. Sehingga pemberitaan yang disampaikan oleh media sangat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat atau publik terhadap suatu instansi atau perusahaan yang terkait. Oleh karena itu perlu terjalin hubungan yang baik antara instansi atau perusahaan dengan pihak media karena keduanya memiliki peran penting dan saling membutuhkan.

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, 2000:98). Semakin baik *media relations* yang dilakukan maka citra suatu instansi juga akan semakin baik. Untuk menjaga dan membangun serta meningkatkan citra instansi maka cara yang efektif adalah dengan menjalin hubungan yang baik dengan media.

Citra sengaja diciptakan humas dalam dunia pemerintahan dalam bentuk events kegiatan dan program-program (Ardianto,2011:112). Oleh karena itu, hubungan media atau *media relations* merupakan hal yang harus mendapatkan sorotan khusus dari seorang humas. Terlebih lagi saat ini juga didukung dengan teknologi yang berkembang sangat pesat untuk mempublikasikan setiap informasi kepada publik dalam waktu bersamaan

namun mampu menjangkau publik secara luas. Dalam instansi pemerintah, peran divisi humas sangat dibutuhkan untuk mensosialisasikan terkait dengan kebijakan dan program-program yang dilakukan.

Setda Kabupaten Banyumas merupakan salah satu instansi pemerintahan yang melaksanakan *media relations*. Kabupaten Banyumas itu sendiri merupakan daerah yang termasuk dalam eks-Karesidenan Banyumas yaitu Kabupaten Banjarnegara, Cilacap, dan Purbalingga. Dalam upaya melaksanakan program-program dan kebijakan pemerintah agar sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat, media memiliki peran dalam mendukung kesuksesan setiap program yang dijalankan. Melalui media, banyak berkembang opini di kalangan masyarakat yang tidak jarang menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintahan. Untuk itulah diperlukan kerjasama yang baik antara pemerintah dengan media.

Kaitannya dengan menjalin hubungan baik dengan media, Humas Setda Kabupaten Banyumas selalu mengalokasikan dana khusus untuk kepentingan *media relations*. Humas juga menyediakan *press room* untuk awak media yang letaknya masih berada dalam lingkungan kantor Setda Kabupaten Banyumas, dengan tersedianya *press room* dapat terjalin relasi yang sifatnya informal antara humas dengan media. Komunikasi antara humas dengan media tidak hanya dilakukan saat bertemu secara langsung, namun komunikasi juga dilakukan melalui grup whatsapp yang telah tersedia.

Menurut (Jefkins, 1992), pelaksanaan kehumasan dalam pemerintahan tidak dapat hanya diam menikmati hubungan yang sudah terjalin. Oleh karena itu Humas Setda Kabupaten Banyumas perlu melaksanakan strategi dalam mengoptimalkan publikasi dan penyiaran atas suatu pesan atau informasi dalam rangka menciptakan pemahaman dan pengetahuan terkait dengan program dan kebijakan Pemerintah Kabupaten Banyumas terutama di masa pandemi COVID-19

“Hubungan yang terjalin antara humas dengan media semakin hari semakin baik. Humas tidak hanya menjalin hubungan baik dengan wartawan namun juga dengan para pimpinannya.” (Wawancara dengan Kasubag Humas Setda Kabupaten Banyumas, Bambang Agus pada 12 Agustus 2020).

Hubungan baik yang terjalin ini tentu diikuti dengan berita positif mengenai Kabupaten Banyumas, pemberitaan tentang Kabupaten Banyumas dan pemerintahannya dapat dilihat di media cetak maupun online. Humas Setda Kabupaten Banyumas juga melakukan analisis media untuk mengetahui seberapa banyak pemberitaan media yang bersifat positif dan negatif terkait Pemerintah Kabupaten Banyumas, karena hal tersebut dapat mempengaruhi citra dan reputasi dari pemerintahan itu sendiri. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa banjir informasi terkait COVID-19 menimbulkan kebingungan masyarakat antara informasi dan misinformasi. Salah satu contohnya yaitu beredar informasi yang tidak benar diberbagai media sosial yang menunjukkan peta zona merah kasus COVID-19 di Kabupaten Banyumas:

Gambar 1. 1
Berita Hoaks Peta Zona Merah Virus Corona di Purwokerto



(sumber: https://www.kominfo.go.id/content/detail/25322/hoaks-peta-zona-merah-virus-corona-di-purwokerto/0/laporan_isu_hoaks, diakses pada 24 Juni 2020).

Berbagai macam program dan kebijakan yang dilakukan oleh Setda Kabupaten Banyumas dalam upaya untuk kemajuan dan kesejahteraan selalu menjadi perhatian masyarakat dan juga media. Saat program-program dari Pemerintah Kabupaten Banyumas tersebut berhasil dan berdampak baik untuk masyarakat, maka hal tersebut dapat membentuk citra yang positif bagi Pemerintah Kabupaten Banyumas. Beberapa penghargaan yang didapat pada tahun 2020 ini berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, dimana kondisi saat ini sedang tidak baik-baik saja karena adanya pandemi COVID-19 yang juga melanda Kabupaten Banyumas. Beberapa penghargaan yang didapat ditahun 2020 ini dan berhasil dipublikasikan adalah sebagai berikut:

Gambar 1. 2
Penghargaan Pemkab Banyumas di Masa Pandemi COVID-19
“Penghargaan dalam inovasi pasar tradisional di New Normal”



(Sumber: <https://jateng.tribunnews.com/2020/06/22/banyumas-raih-penghargaan-juara-pertama-inovasi-pasar-tradisional-di-new-normal>, diakses pada 17 September 2020)

Gambar 1. 3
Penghargaan Pemkab Banyumas di Masa Pandemi COVID-19 “Penghargaan dalam upaya angkat potensi daerah di masa pandemi”



(sumber: <https://www.suaramerdeka.com/regional/banyumas/240863-banyumas-raih-tiga-penghargaan-dalam-upaya-angkat-potensi-daerah>, diakses pada 27 Oktober 2020).

Humas dan mitranya media massa saling mempunyai keterkaitan. Keduanya saling membutuhkan. Humas sebagai sumber informasi, sedangkan media sebagai sarana dalam publikasi kebijakan lembaga atau instansi. Untuk mencapai tujuan humas, yang salah satunya adalah menciptakan pemberitaan positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi maka perlu adanya kegiatan humas yang dilakukan melalui media. Dalam menjalankan *media relations* Humas Setda Kabupaten Banyumas aktif menjalin kerjasama dengan beberapa media massa yang tergabung dalam persatuan wartawan Indonesia (PWI) Banyumas, Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) Purwokerto, dan Ikatan Jurnalis Televisi (IJTI) Purwokerto.

Pemberitaan Pemerintah Kabupaten Banyumas lebih dominan yaitu dilihat dari pemberitaan di media massa khususnya media cetak koran, dimana kolom pemberitaan terkait Pemerintah Kabupaten Banyumas lebih banyak jika dibandingkan dengan daerah lain yang termasuk dalam eks-Karesidenan Banyumas yaitu Kabupaten Banjarnegara, Cilacap, dan Purbalingga. Bahkan untuk waktu tertentu, Kabupaten Banyumas memiliki halaman tersendiri yang khusus memberitakan seputar Pemerintah Kabupaten Banyumas. Hal tersebut menunjukkan bahwa *media relations* yang dilakukan Humas Setda

Kabupaten Banyumas sudah baik. Berikut ini salah satu contoh kolom pemberitaan Kabupaten Banyumas dalam koran Radar Banyumas.

Gambar 1. 4

Pemberitaan Kabupaten Banyumas di Koran Radar Banyumas



(sumber: <https://epaper.radarbanyumas.co.id/product/epaper-minggu-1-maret-2020> diakses pada 1 Agustus 2020).

Oleh karena itu, dengan mengetahui dan juga menyadari bahwa media memiliki posisi yang penting dalam program dan kegiatan yang di jalankan Humas Setda Kabupaten Banyumas. Maka perlu adanya kolaborasi antara semua pihak, baik media maupun pemerintah itu sendiri. Penelitian ini nantinya akan mendeskripsikan lebih dalam terkait dengan bagaimana aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Humas Setda Kabupaten Banyumas di masa pandemi COVID-19 tahun 2020, yaitu bulan Maret sampai Desember 2020.

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penulis dengan topik yang sejenis. Penelitian terdahulu dapat dijadikan acuan untuk penulis dalam melakukan penelitian. Meskipun sejenis, namun terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut:

Terdapat penelitian terdahulu dengan judul “Aktivitas *Media Relations* Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Dalam Membina Hubungan Baik dengan Media Massa Pada Masa Kepemimpinan Walikota Yogyakarta” yang dilakukan oleh Amelinda Dyah Anesty (2016). Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa meskipun hanya melaksanakan lima aktivitas media relations yaitu *jumpa pers*, *press release*, *press tour*, *special event*, dan *media visit* bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta dianggap sudah tepat dalam melakukan pendekatan terhadap media massa. Humas dan informasi memposisikan sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media, dengan bersikap transparan tidak menutupi fakta. Topik kajian penelitian yang dipilih sama dengan topik kajian yang dipilih peneliti, yaitu mengenai Aktivitas *media relations* di instansi pemerintah. Namun, terdapat juga perbedaan antara penelitian milik Amelinda Dyah Anesty (2016) dengan milik peneliti, yaitu pada metode penelitian, di mana penelitian milik Amelinda Dyah Anesty menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan studi kasus, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif. Periode untuk menganalisis aktivitas *media relations* juga

berbeda, yang mana Amelinda Dyah Anesty meneliti aktivitas *media relations* dimasa kepemimpinan Walikota Yogyakarta, sedangkan peneliti meneliti aktivitas *media relations* di masa pandemi COVID-19.

Terdapat penelitian terdahulu dengan judul “Aktivitas *Media Relations* Jogja City Mall dalam Membangun Citra Positif” yang dilakukan oleh Anindita Shavira dan Bambang Sujarwadi (2018). Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa Jogja City Mall melakukan aktivitas *media relations* yang meliputi: *press conference*, *press release*, *pers briefing*, *special event*, *pers interview*, *press luncheon*, dan *pers tour* yang mampu memotivasi masyarakat untuk berkunjung ke Jogja City Mall. Dalam menjaga hubungan baik dengan wartawan, Jogja City Mall bekerja sama dengan berbagai media melalui kedekatan pribadi. Topik kajian penelitian yang dipilih sama dengan topik kajian yang dipilih peneliti, yaitu mengenai aktivitas *media relations*. Meski begitu, terdapat perbedaan pada pemilihan informan, dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Anindita Shavira dan Bambang Sujarwadi tidak hanya melibatkan *public relations* dan pihak-pihak dari media saja, namun juga melibatkan customer Jogja City Mall sebagai informan.

Terdapat penelitian terdahulu dengan judul ”Aktivitas *Media Relations* Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia” yang dilakukan oleh Lovenia Monica (2015). Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Pada penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa Humas Kementerian Pariwisata

dan Ekonomi kreatif telah melakukan peran, fungsi, serta tugasnya dalam upaya pencapaian publisitas pendukung promosi pariwisata dalam negeri melalui aktivitas *media relations* yang dilakukan secara konvensional dan special treatment. Terdapat perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Lovenia Monica yaitu hubungan media yang dilakukan diperuntukan bagi semua media baik lokal maupun nasional, namun pada penelitian yang dilakukan oleh Lovenia Monica lebih memprioritaskan media nasional. Sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan lebih memprioritaskan media lokal.

Terdapat penelitian terdahulu dengan judul "Aktivitas *Media Relations* Polda DIY Dalam Pemberitaan Media Masa Tahun 2016" yang dilakukan oleh Muhammad Fardan Aulia (2016). Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa terdapat tahapan yang dijalankan dalam kegiatan kehumasan dimulai dengan perencanaan program, pelaksanaan program, dan evaluasi program. Dari setiap tahapan yang dilakukan masih terdapat banyak kekurangan. Metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini sama dengan yang dilakukan peneliti. Namun terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan Muhammad Fardan Aulia dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu pada tujuan penelitian, yang mana penelitian Muhammad Fardan Aulia bertujuan untuk mengetahui strategi dan aktivitas *media relations* dalam pemberitaan media masa pada tahun 2016. Sedangkan tujuan penelitian yang peneliti lakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana aktivitas *media*

relations humas setda kabupaten banyumas di masa pandemi COVID-19. dimana pandemi tersebut sedang melanda hampir seluruh negara di dunia termasuk Indonesia.

Penelitian terdahulu dengan judul “Aktivitas *Media Relations* Madrasah Aliyah Negeri 2 Model Pekanbaru dalam Meningkatkan Citra Positif” yang dilakukan oleh Muhammad Ihsan (2017). Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa *media relations* yang dilakukan berupa wawancara pers, *press release*, dan *special event*. Meskipun aktivitas *media relations* yang dilakukan tidak banyak namun cukup efektif, dan humas berhasil memainkan perannya sebagai penghubung antara pihak yang menginginkan berita dan sumber berita. Pada penelitian ini menjelaskan mengenai aktivitas *media relations* di salah satu institusi pendidikan. Meski begitu, terdapat perbedaan pada penelitian yang dilakukan Muhammad Ihsan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu pada objek penelitian, dimana penelitian yang dilakukan Muhamad Ihsan dilakukan di instansi pendidikan sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu pada instansi pemerintah.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dijabarkan diatas memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu topik yang diangkat mengenai aktivitas *media relations*. Kesamaan pada topik penelitian tersebut, peneliti menjadikan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi dalam menyusun penelitian ini. Meski demikian, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu.

Perbedaan tersebut dapat berupa perbedaan tujuan, teori, dan metode penelitian yang digunakan. Kemudian perbedaan umum terletak pada objek dan tujuan penelitian.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalahnya adalah “ Bagaimana aktivitas *media relations* Humas Setda Kabupaten Banyumas di masa pandemi COVID-19 pada periode Maret-Desember 2020?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Aktivitas *Media Relations* Humas Setda Kabupaten Banyumas di masa pandemi COVID-19 yaitu pada periode Maret-Desember 2020.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan berguna secara :

1. Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmiah dan bahan referensi bagi akademisi yang berkepentingan untuk mengembangkan penelitian yang berfokus pada Aktivitas *Media Relation*.
2. Secara Praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian dan evaluasi bagi pihak humas Setda Kabupaten Banyumas dalam rangka untuk menyusun kembali Aktivitas *Media Relations* di masa pandemi COVID-19.

E. Kerangka Teori

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan mengenai kerangka teori yang digunakan untuk penelitian. Landasan teori ini digunakan oleh peneliti untuk analisis dalam menjawab rumusan masalah yang diteliti. Adapun yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini meliputi Hubungan Masyarakat di Pemerintah, *Media Relations* (definisi, tujuan, fungsi, prinsip, aktivitas *media relations*). Tujuan dari adanya teori ini adalah untuk memudahkan peneliti melakukan penelitian. Berikut adalah landasan teori yang digunakan oleh peneliti, yaitu:

1. Hubungan Masyarakat (Humas) di Pemerintah

Mengacu pada Rosady Ruslan (2016:343) Keberadaan humas di instansi pemerintah merupakan sebuah keharusan yaitu sebagai upaya untuk mempublikasikan atau menyebarluaskan terkait dengan kegiatan atau aktivitas suatu instansi yang bersangkutan yang ditujukan baik untuk hubungan masyarakat ke dalam dan keluar. Fungsi kedalam yaitu berupa kewajiban untuk menerima sekaligus menyerap aspirasi atau opini khalayak yang disesuaikan dengan kepentingan suatu instansi tersebut dan tujuan bersama. Sedangkan fungsi keluar yaitu memberikan informasi terkait dengan kebijakan suatu instansi atau sesuai dengan tujuan instansi kepada khalayak sasaran. Masih mengacu pada Rosady Ruslan (2016:341) Humas pemerintah lebih menekankan pada *Public Service* atau demi meningkatkan pelayanan umum.

Fungsi pokok Humas Pemerintah Indonesia pada dasarnya antara lain sebagai berikut, (Rosady Ruslan:343) :

- a) Mengamankan kebijaksanaan pemerintah
- b) Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasional kepada masyarakat.
- c) Menjadi komunikator dan sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak, menampung aspirasi, dan memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak.
- d) Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Menurut Dimock dan Koenig dalam Ruslan (2016:342), tugas-tugas dari pihak Humas instansi atau lembaga pemerintah secara umum adalah sebagai berikut:

- a) Berupaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat terkait dengan pelayanan masyarakat serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja.
- b) Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta dalam pelaksanaan program pembangunan diberbagai bidang sosial,

budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.

- c) Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparaturnya pemerintah yang bersangkutan perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Dari penjelasan diatas dapat kita ketahui bahwa tugas-tugas humas di instansi pemerintah secara umum adalah humas harus melakukan upaya untuk memberikan informasi dan penerangan kepada masyarakat atau khalayak sasaran terkait dengan kebijakan dan pelayanan untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Selain itu kepercayaan dan keyakinan perlu ditanamkan dalam mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan program diberbagai bidang. Dalam hal ini, kejujuran menjadi hal yang sangat penting untuk dipertahankan dan dipelihara dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya

2. *Media Relations*

a. *Definisi Media Relations*

Averill (dalam Iriantara, 2019 : 43) menyebut “*Media relations* sebagai salah satu bagian dari PR yang merupakan sarana yang sangat penting dan efisien. Penting karena akan menopang keberhasilan program, dan efisien karena tak memerlukan banyak tenaga dan dana untuk menginformasikan program yang hendak dijalankan dengan menggunakan teknik publisitas. Sedangkan menurut Lesly (dalam Iriantara, 2019 : 44) menjelaskan bahwa *Media relations* berhubungan

dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Oleh karena itu sebuah instansi harus memiliki dan menjalin hubungan yang baik dengan media agar mendapatkan pemberitaan yang baik untuk instansinya.

Menurut Sabreyna A dan Moertijoso R.B (2015: 7), media tidak dapat disederhanakan menjadi soal wartawan saja, melainkan juga menjalin hubungan yang baik dengan institusi media, asosiasi profesi wartawan dan organisasi media juga tidak kalah pentingnya. Iriana kemudian menguraikan pernyataan dari Lesly untuk membentuk pengertian *Media relations*:

1) *Media relations* itu berkenaan dengan media komunikasi.

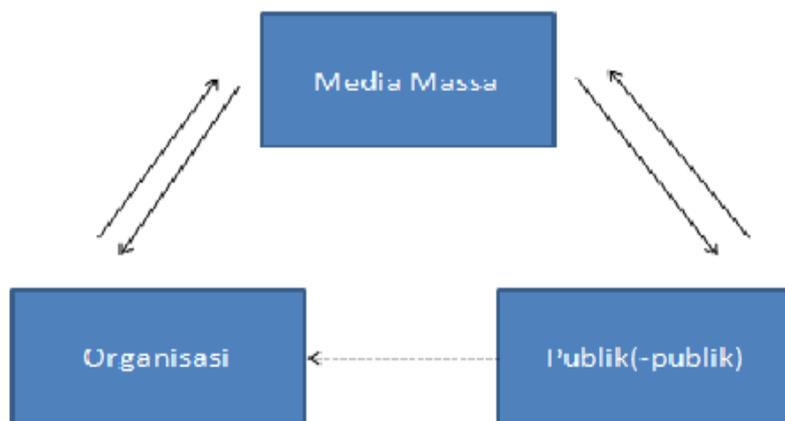
Media komunikasi diperlukan karena dianggap menjadi sarana yang sangat penting dan efisien dalam berkomunikasi dengan publik. Agar komunikasi dengan publik bisa terpelihara, segala kepentingan media massa terhadap organisasi mesti direspon organisasi. Bila dirangkum menjadi definisi, Iriantara mendefinisikan *Media relations* sebagai kegiatan mempromosikan organisasi melalui media massa.

2) *Media relations* itu pada dasarnya berkenaan dengan pemberian informasi atau memberi tanggapan pada media pemberitaan atas nama organisasi atau klien. Karena berhubungan dengan media massa itulah, maka ada yang

menyebutkan bahwa, *media relations* itu merupakan fungsi khusus di dalam satu kegiatan atau program PR. Berikut ini merupakan gambar arus komunikasi dalam *media relations*:

Bagan 1. 1

Arus Komunikasi Media Relations



(Sumber: Yosai Iriantara, 2019, *Media relations, konsep, pendekatan & praktik*).

Gambar diatas menunjukkan bahwa organisasi menyampaikan informasi atau gagasan kepada publik melalui media massa. Melalui media massa juga, publik bisa menyampaikan aspirasi, harapan, keinginan atau informasi kepada organisasi. Namun publik juga bisa menyampaikan hal-hal tersebut secara langsung. Atau bisa juga menyampaikan melalui saluran informal yaitu dengan melakukan kontak komunikasi langsung dengan staff organisasi dalam kesempatan yang informal juga. *Media Relations* dapat memberikan kontribusi yang positif yaitu untuk meningkatkan hubungan baik antara pemerintah dan masyarakat (Pratiwi, dkk. 2015: 344).

b. Tujuan *Media Relations*

Menurut Rachmadi (dalam Wardani, 2008:14) tujuan *Media relations* bagi sebuah organisasi adalah:

- 1) Memperoleh publisitas seluas mungkin tentang kegiatan serta langkah organisasi yang dianggap baik untuk diketahui publik.
- 2) Memperoleh tempat dalam pemberitaan media yang obyektif, wajar dan berimbang mengenai hal-hal yang menguntungkan organisasi.
- 3) Memperoleh umpan balik mengenai upaya dan kegiatan organisasi.
- 4) Melengkapi data bagi pimpinan organisasi untuk keperluan kebijaksanaan.
- 5) Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi saling percaya dan menghormati.

c. Fungsi *Media Relations*

Hubungan yang terjalin antara media massa dengan suatu instansi adalah diwakili oleh seorang PR yang bertujuan untuk menciptakan hubungan baik tanpa ada hambatan, untuk mewujudkan hal tersebut maka PR melakukan *Media Relations* agar tercipta hubungan yang diinginkan tersebut. Namun pada kenyataannya masih banyak juga ditemui beberapa organisasi yang belum mengerti apa

fungsi dari adanya *Media relations*. Wardani (2008: 13) merinci fungsi sekaligus manfaat *Media relations* dalam PR:

- 1) Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa.
- 2) Membangun kepercayaan dan timbal balik dengan prinsip saling menghormati dan menghargai, kejujuran serta kepercayaan.
- 3) Penyampaian/perolehan informasi, akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan kepada publik.

d. Prinsip Kerja *Media Relations*

Menurut Jefkins (2017: 124) beberapa prinsip kerja yang harus diperhatikan praktisi atau institusi PR dalam menjalankan *Media relations* yang baik adalah:

- 1) *By servicing the media* yaitu memberikan pelayanan kepada media. Kaitannya dengan konteks tersebut berarti seorang PR harus mampu menjalin kerjasama yang baik dengan media, harus ada timbal balik diantara keduanya. Dalam hal ini PR harus memahami siapa dan bagaimana media massa tersebut, selain itu PR juga harus selalu siap untuk melayani media. Siap disini yaitu dalam hal penyampaian informasi yang dibutuhkan oleh media massa dan harus selalu siap ketika media membutuhkan suatu informasi tersebut.

- 2) *By establishing a reputations for reliability* yaitu menegakan suatu reputasi agar dapat dipercaya oleh media. Hal tersebut berarti bahwa seorang PR harus selalu menyiapkan bahan-bahan informasi yang akurat dimana saja dan kapan saja. Hal ini sangat perlu dilakukan karena wartawan selalu menginginkan dan mencari sumber informasi terbaik agar informasi yang didupatkannya akurat. Yang perlu diingat juga adalah jangan pernah sekalipun untuk mencoba memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kenyataannya atau informasi yang bohong dan meragukan, karena meskipun hanya dilakukan sekali namun hal tersebut memiliki dampak yang berkepanjangan. Kepercayaan wartawan akan berkurang atau bahkan hilang terhadap PR terkait. Para wartawan akan mempertanyakan setiap informasi yang diberikan oleh PR yang telah berbohong, hal tersebut dikarenakan informasi yang tidak akurat akan merugikan bagi pihak wartawan dalam jangka waktu yang lama.
- 3) *By supplying good copy* yaitu memasok naskah informasi yang baik. Dapat diambil contoh dengan memberikan naskah yang baik dan benar, menarik perhatian, memberikan foto-foto yang baik, dan mengirimkan *press release* yang baik sehingga hanya sedikit yang perlu di edit atau diperbaiki. Hal tersebut tentu akan memudahkan pekerjaan wartawan dalam membuat berita.

- 4) *By Cooperations in providing material* yaitu melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi. Dapat kita ambil contoh misalnya seorang PR dapat melakukan kerjasama dalam mempersiapkan wawancara atau jumpa pers dengan narasumber atau tokoh-tokoh tertentu yang dibutuhkan pada saat itu. Karena kerjasama yang baik antara keduanya tentu akan membuahkan hasil yang baik juga, dan dapat memberikan keuntungan bagi keduanya, selain itu hubungan yang terjalin juga akan semakin erat.
- 5) *By providing verification facilities* yaitu penyediaan fasilitas yang memadai. Salah satu contohnya yaitu praktisi PR dapat memberikan fasilitas yang diperlukan oleh wartawan pada saat menggali berita. Jurnalis juga memiliki kesempatan melakukan verifikasi atau membuktikan kebenaran atas setiap materi yang diterima dari *public relations*. Atau salah satu contoh nyatanya adalah dengan diijinkannya para jurnalis untuk melihat kondisi dan fasilitas organisasi yang akan diberitakan pada saat itu.
- 6) *By building personal relationship with the media* yaitu membangun hubungan secara personal dengan media. Hal tersebut yang mendasari keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing (Jefkins,1991:95). Hubungan yang di dasari oleh keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing, serta kejujuran dan kerjasama maka akan menciptakan

hubungan yang kuat dan positif. Oleh karena itu, penting sekali antara PR dan media menerapkan hal tersebut agar tercipta hubungan yang kokoh dan positif.

e. Aktivitas *Media Relations*

Kaitannya dengan Humas, secara garis besar humas memiliki peran ganda: yaitu memiliki fungsi keluar dan fungsi kedalam. Fungsi kedalam berupa kewajiban untuk menyerap aspirasi atau opini masyarakat, dan reaksi dari khalayak tersebut dengan disesuaikan pada kepentingan suatu instansi atau tujuan bersama. Sedangkan fungsi keluar yaitu berupa memberikan informasi kepada khalayak sasaran, dimana informasi atau pesan-pesan yang disampaikan mengacu pada tujuan dan kebijaksanaan instansi kepada masyarakat. Humas itu sendiri mempunyai tugas pokok, salah satunya yaitu humas bertindak sebagai komunikator, membantu mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi pemerintah yang bersangkutan, membangun hubungan baik dengan berbagai pihak termasuk media dan juga menciptakan citra positif yang dapat menguntungkan bagi instansi terkait. Berdasarkan pernyataan Kriyanto (dalam Kriyanto, 2019) pada Jurnal Komunikatif Volume yang menyatakan bahwa:

“The relationship between the two parties is also a symbiotic mutualism because Public Relations requires mass media as a means of disseminating information and information is needed by mass media from Public Relations, however, it must still consider the quality of information provision.”

“Hubungan antara kedua belah pihak juga merupakan simbiosis mutualisme karena Public Relations membutuhkan media massa sebagai sarana penyebaran informasi dan Informasi dibutuhkan oleh media massa dari Humas, namun tetap harus memperhatikan kualitas penyediaan informasi.”

Dalam menyiarkan informasinya, pejabat humas pemerintah tentunya membutuhkan peran serta media untuk mempublikasikan seluruh aktivitas yang telah dijalankannya. 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 media membutuhkan informasi dari humas. Dalam mengelola relasi dengan pers, baik dengan wartawan secara individu maupun dengan pers sebagai institusi, *public relations* melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pers..

Mengacu pada Soemirat, Ardianto (2017:128), kaitannya dengan upaya menjalin hubungan pers maka *Public Relations* akan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pers, diantaranya yaitu:

- 1) *Press Conference* atau jumpa pers yaitu diberikan kepada sekelompok wartawan secara simultan/ bersamaan oleh seorang pejabat pemerintahan atau pihak swasta. Yang menjadi syarat utama dalam sebuah *press conference* adalah berita yang disampaikan kepada para wartawan merupakan berita yang sangat penting seperti pada

peristiwa-peristiwa penting di suatu instansi pemerintah atau swasta.

- 2) *Press Briefing*, merupakan kegiatan yang dilakukan secara reguler oleh pihak *Public Relations*. Kegiatan ini berupa penyampaian informasi-informasi kepada pers mengenai kegiatan yang baru terjadi, dan juga diadakan pertanyaan apabila ada wartawan yang merasa belum puas terhadap informasi yang disampaikan dan menginginkan penjelasan yang lebih detail.
- 3) *Press Tour*, kegiatan ini diselenggarakan oleh suatu instansi pemerintah atau perusahaan untuk mengunjungi daerah atau tempat tertentu dengan mengajak wartawan yang sudah dikenal baik oleh perusahaan atau instansi pemerintah dalam rangka untuk wisata kunjungan keluar kota atau suatu event tertentu.
- 4) *Press Release* atau siaran pers, merupakan media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita. *Press release* tidak hanya seputar dengan media cetak seperti majalah dan surat kabar namun juga mencakup media elektronik seperti radio dan televisi.
- 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. Alexander AT, dkk. (2018) berpendapat bahwa *special events* atau ajang khusus yang dibuat oleh Humas untuk pihak media sebagai suatu bentuk apresiasi kepada media dan menarik minat semua stakeholder perusahaan dalam ajang khusus.

- 6) *Press Luncheon*, kegiatan ini berupa jamuan makan siang bagi para perwakilan media massa atau wartawan yang diadakan oleh PR suatu instansi pemerintah atau swasta. Dalam kesempatan ini, awak media dapat bertemu dengan petinggi pemerintahan atau perusahaan dan mengetahui perkembangan lembaga atau perusahaan terkait.
- 7) *Press Interview* atau wawancara, bersifat pribadi karena umumnya PR atau petinggi perusahaan/instansi yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan yang bersangkutan.

F. Metode Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini. Metode tersebut memuat keseluruhan yaitu jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian yang diteliti, teknik

pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data yang telah didapatkan. Berikut adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif dirasa efektif dalam penelitian dengan judul *Aktivitas Media Relations* Humas Setda Kabupaten Banyumas di masa pandemi COVID-19. Jenis penelitian kualitatif ini akan mampu digunakan untuk menganalisis apa saja aktivitas *media relations* Humas Setda Kabupaten Banyumas di masa pandemi COVID-19. Mengacu pada (afrizal, 2016:13), metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka. Dari pengertian diatas dapat diartikan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara pengukuran atau kuantifikasi, namun bukan berarti pada penelitian kualitatif ini tidak terdapat data yang menggunakan angka-angka dalam analisis data dan penulisan laporan penelitian. Tetap menggunakan angka apabila diperlukan, namun angka tersebut bukan sebagai data utama.

Metode deskriptif itu sendiri merupakan metode yang meneliti suatu kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran, ataupun kelas

peristiwa pada masa sekarang (Moh. Nazie, 2005 : 24). Penggunaan metode penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan Aktivitas *Media Relations* Humas Setda Kabupaten Banyumas di masa pandemi COVID-19 melalui wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian ini, metode deskriptif dipilih karena dianggap mampu untuk mengumpulkan suatu fakta yang ada di lapangan agar dapat dipahami secara mendalam dan menyeluruh, sehingga dengan melakukan hal tersebut dapat ditemukan data sebagai hasil dari penelitian yang diperlukan sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan menggunakan metode tersebut, diharapkan peneliti mampu mendapatkan dan mengungkapkan fakta atau realitas sasaran penelitian, serta menjawab topik yang dibahas dalam penelitian ini.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Setda Kabupaten Banyumas yang beralamat di Jalan Kabupaten 1, Sokanegara, Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas. Tepatnya penelitian dilakukan pada bagian Humas dan Protokol Setda Kabupaten Banyumas.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang nantinya berguna untuk memenuhi kebutuhan informasi peneliti. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam dan dokumentasi. Sebagaimana diungkapkan Lofland (dalam Moleong, 2018:157) bahwa “Sumber data utama (primer)

dalam penelitian kualitatif ialah kata -kata, dan tindakan, selebihnya (sekunder) adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.” Berikut ini beberapa teknik pengumpulan data tersebut:

a. Wawancara Mendalam

Mengacu pada (herdiansyah, 2019:31), wawancara merupakan sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan minimal oleh dua orang dengan didasarkan pada ketersediaan keduanya dan dibuat secara alamiah maksudnya adalah tidak adanya paksaan dari siapapun dalam melakukan wawancara, sedangkan pembicaraan yang dilakukan adalah mengacu pada tujuan yang telah ditetapkan. Hal inilah yang membedakan antara ngobrol seperti biasa dengan wawancara, dalam wawancara meskipun obrolan dilakukan secara santai namun terdapat tujuan yang ingin dicapai. Teknik pengambilan informan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan sebuah pertimbangan yang mempunyai sebuah tujuan tertentu (Sugiyono, 2005:53 -54).

Menurut Patton (dalam Ahmadi, 2016:23) *purposive sampling* digunakan sebagai strategi ketika seseorang ingin mempelajari sesuatu dan datang untuk memahami sesuatu tentang kasus-kasus pilihan tertentu tidak perlu menggeneralisasikan pada semua kasus yang demikian. Pada penelitian kualitaitaif menurut Sugiyono (2009:221), informan atau penentuan sampel berfungsi untuk mendapatkan informasi yang

maksimum, oleh karena itu orang yang dijadikan informan atau sampel harus memenuhi kriteria.

Berikut ini adalah kriteria informan dalam penelitian ini yang akan menjadi narasumber dalam wawancara, adapun informan untuk kategori 1 yaitu orang yang terlibat dalam kegiatan *media relations* baik dalam perencanaan dan juga pelaksanaan. Dalam hal ini yaitu Kepala Sub Bagian Humas dan Kepala Sub Bagian Dokumentasi. Kriteria ini dipilih oleh peneliti untuk menggali hal-hal terkait dengan Aktivitas *Media Relations* yang dilakukan Humas Setda Kabupaten Banyumas.

Informan Kategori 1 :

- 1) Kepala Sub Bagian Humas dan Protokol Setda Kabupaten Banyumas, selain menjabat sebagai kepala sub bagian humas dan protokol setda kabupaten banyumas beliau adalah orang yang berwenang mengurus analisis media terkait pemberitaan seputar pemerintah kabupaten banyumas dan kegiatan *media gathering*.
- 2) Kepala Sub Bagian Dokumentasi Humas dan Protokol Setda Kabupaten Banyumas, narasumber ini dipilih karena bertanggung jawab dan berhubungan dengan kegiatan *media relations* seperti penyusunan bahan siaran atau *press release* sekaligus berwenang memberikan informasi kepada rekan media.

Untuk kriteria informan kategori 2 yaitu orang yang terkena secara langsung atau ikut berpartisipasi terhadap aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Humas Setda Kabupaten Banyumas

di masa pandemi COVID-19. Dalam hal ini, informan kategori 2 merupakan rekomendasi dari informan kategori 1, dimana hal tersebut memudahkan peneliti dalam menghubungi dan melakukan kontak, serta menanyakan aktivitas *media relations* yang dilakukan Humas Setda Kabupaten Banyumas. Berikut Informan Kategori 2 :

- 3) Wartawan yang menjadi relasi media di pemerintah kabupaten banyumas atau yang meliput seputar kegiatan pemerintah kabupaten banyumas, wartawan yang dipilih sebagai narasumber dalam penelitian ini adalah 2 orang yang berasal dari media massa yang berbeda.

b. Dokumentasi

Data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambar yang berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, rekam video, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2002:6). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan sumber tertulis yaitu berupa dokumen-dokumen dan data dari bagian humas dan protokol setda kabupaten banyumas yang terkait dengan *media relations*. Contohnya adalah data-data terkait dengan kegiatan *media relations* seperti *press release*, dokumen analisis media, *press conference*, *press gathering*, *press interview*, *press tour*, dan *press luncheon*.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif, analisis data dilakukan dari awal peneliti terjun ke lapangan sampai pada akhir penelitian, atau bisa diartikan yang terpenting pada penelitian kualitatif ini adalah proses dan maknanya, bukan pada produknya. Menurut Miles dan Huberman (dalam Afrizal, 2016:174) bahwa analisis data kualitatif adalah mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Dapat diartikan bahwa reduksi data disini maksudnya adalah pengaturan data mana yang penting dan tidak penting dari data yang terkumpul, menyajikan data disini bisa diartikan penyajian informasi yang tersusun. Dari penjelasan diatas, maka data yang telah diperoleh perlu diorganisasikan dengan cara yang tepat agar bermanfaat sebagaimana mestinya. Berikut ini beberapa aktivitas yang diperlukan untuk analisis data:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan data yang ada di lapangan baik itu berasal dari hasil wawancara, dokumentasi, ataupun observasi. Banyaknya data yang ditemukan tersebut memerlukan pencatatan yang teliti dan kecermatan yang tinggi untuk menghasilkan tema-tema atau klasifikasi yang akurat. Peneliti harus melakukan pemeriksaan terhadap semua data yang diperoleh dan menyeleksi mana yang penting dan tidak penting, peneliti memberikan perhatian khusus terhadap data atau informasi penting yang sesuai

dengan masalah penelitian dan membuang hal-hal yang tidak diperlukan.

b. Penyajian Data

Tahap penyajian data merupakan tahap lanjutan reduksi data dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya. Informasi hasil temuan penelitian disini dapat berupa matrik, diagram, dan sejenisnya. Tujuannya adalah agar informasi yang disajikan mudah dipahami, dan memudahkan apabila akan merencanakan tindakan selanjutnya

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari temuan data. Setelah tahap ini dilakukan maka peneliti telah memiliki temuan berdasarkan analisis data yang dilakukan terhadap sebuah dokumentasi atau wawancara.

5. Teknik Keabsahan Data

Mengacu dalam (Moleong, 2018:321), keabsahan data merupakan pembaharuan konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (realibilitas) berdasarkan versi positivisme dan telah disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi itu sendiri merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dimana informasi yang

dikumpulkan harus dari sumber-sumber yang berbeda. Kaitannya dengan hal itu, triangulasi dapat berarti adanya sumber data yang berbeda tentang suatu atau adanya informan-informan yang berbeda. Triangulasi yang peneliti gunakan adalah menurut Moleong, dimana dalam pelaksanaannya dapat dicapai dengan cara berikut ini :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam hal ini, fokus peneliti adalah dengan membandingkan hasil wawancara dengan data dari dokumen yang berkaitan dan melalui perbandingan wawancara satu informan dengan sumber informan lain.

1. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini, pada bagian ini peneliti akan menjabarkan secara garis besar mengenai

sistematika yang akan digunakan dalam menulis penelitian. Penelitian ini dibagi menjadi empat bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada BAB I (Pendahuluan), terdapat beberapa sub-bab, yaitu latar belakang masalah, penelitian terdahulu, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada BAB II, peneliti memaparkan mengenai gambaran umum objek penelitian. Penelitian akan diselenggarakan pada bagian Humas dan Protokol Setda Kabupaten Banyumas. Adapun penjelasan dalam bab ini akan berisikan informasi mengenai sejarah, visi dan misi, serta penjelasan mengenai profil Pemerintah Kabupaten Banyumas.

BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan, akan dipaparkan mengenai data yang diperoleh dari hasil wawancara dan juga studi dokumen yang akan disajikan secara lebih detail. Hasil wawancara dan studi dokumen yang telah diperoleh akan dijabarkan dan dibahas untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah, yakni aktivitas *media relations* Humas Setda Kabupaten Banyumas di masa pandemi COVID-19 pada periode Maret-Desember 2020.

BAB IV : PENUTUP

Pada BAB IV ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan disini berisi tentang inti penelitian yang telah dijabarkan dari BAB I hingga BAB III, berisi penjelasan singkat tentang hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan yaitu mengenai aktivitas *media relations*. Sedangkan saran berisi tentang masukan yang diberikan oleh peneliti kepada pihak Humas Setda Kabupaten Banyumas berdasarkan hasil temuan yang diperoleh.