

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Humas merupakan salah satu fungsi dalam menjembatani antara perusahaan, instansi pemerintah atau organisasi dengan publiknya. Kegiatan humas sangat erat dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat. Kegiatan yang dilakukan oleh humas adalah bagaimana cara dalam mempresentasikan citra kepada publiknya, melaksanakan serangkaian kegiatan untuk membentuk identitas dimata *stakeholders*. Oleh karena itu, instansi pemerintah wajib untuk memiliki humas karena sebuah instansi pemerintah pastinya juga memerlukan jalinan komunikasi dengan media, instansi pemerintah dan masyarakat. Berbagai langkah dan sarana media sangat diperlukan untuk dapat berkomunikasi dan mencapai tujuan perusahaan atau instansi. Tidak adanya media juga informasi tidak dapat tersampaikan dengan efektif, karena masyarakat *modern* saat ini haus akan informasi dan cenderung bergantung apa yang ada di media massa.

Menurut Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Glen M. Broom (2009: 484), mendefinisikan humas pemerintah sebagai fungsi manajemen yang membantu agar agen, departemen, dan entitas publik lainnya dapat responsif terhadap warga yang mereka layani. Di era teknologi komunikasi dan

informasi, humas pemerintah pasti akan dituntut bergerak cepat dalam mengisi ruang informasi publik. Informasi dipublikasikan kepada masyarakat dan jangan sampai menjadi hambatan dalam menjalankan roda pembangunan pemerintah. Maka itu, humas pada pemerintah mesti bekerja keras dalam menyampaikan informasi terkait hal yang sudah dilakukan.

Averill mengatakan bahwa media relations salah satu bagian dari *public relations* yang merupakan sarana paling penting dan efisien. Penting karena dapat membantu keberhasilan program dan efisien karena tidak harus memerlukan banyak dana dan tenaga yang akan dijalankan dengan teknik publisitas (dalam Iriantara, 2019: 43).

Salah satu upaya yang dilakukan humas dalam membangun dan menjaga hubungan baik dengan media adalah melalui media relations. Menurut Yosol Iriantara bahwa media relations sebagai bagian dari *public relations* eksternal yang membangun dan menjaga hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan bersama (dalam Iriantara, 2011: 32).

Dalam menjalankan aktivitas media relations, hal yang wajib dikerjakan adalah bagaimana dapat menjaga hubungan yang baik, hal tersebut tidak kalah pentingnya dalam menjaga hubungan dengan jurnalis dan organisasi media, karena jurnalis merupakan bagian yang sangat penting dari pers apalagi pada sebuah instansi pemerintah, maka hubungan

yang dapat terjalin dengan baik dengan jurnalis akan berpengaruh juga terhadap masyarakat yang melihatnya.

Humas Pemerintah Kabupaten Bantul (Pemkab Bantul) menjadi paling terdepan dalam menyampaikan informasi untuk masyarakat dan media, sebab kegiatan humas di pemerintah berbeda dengan humas yang ada dalam perusahaan swasta. Humas dalam pemerintah ialah melayani pada pimpinan, seperti menyiapkan bahan-bahan untuk pimpinan, membuat pidato dan mengkomunikasikan dengan media-media konvensional seperti media elektronik maupun cetak yang ada di Kabupaten Bantul, sehingga kegiatan yang dilakukan pasti melibatkan media, karena saat menyelenggarakan kegiatan kehumasan tidak akan berhasil jika tidak melibatkan media massa.

Adanya aktivitas media relations membuat kegiatan tersebut menjadi terbatas disaat pandemi COVID-19, karena Pemkab Bantul membatasi bertemu secara langsung dengan media/wartawan. Dengan banyaknya instansi penyelenggara layanan publik yang membatasi layanan, dan menggantikan dengan layanan online bahkan sampai meniadakan pelayanan sementara, menjadi satu fenomena yang harus dilakukan. Pembatasan pelayanan publik ini mulai dilakukan oleh humas Pemkab Bantul sejak pertengahan bulan Maret 2020, dimulai dengan meliburkan anak sekolah dengan meminta untuk belajar di rumah dan kemudian menghimbau kepada pegawai-pegawai untuk melakukan *Work From Home* (WFH).

Aktivitas media relations formal yang masih dilakukan Humas Pemkab Bantul dimasa pandemi COVID-19 adalah konferensi pers, kunjungan pers, dll tetap dilakukan hanya saja dilakukannya secara terbatas kepada wartawan/media. Biasanya Humas Pemkab Bantul melakukan beberapa kegiatan yang melibatkan pelaku media dari luar, tetapi karena keadaan pembatasan pandemi, maka hanya beberapa media saja yang bisa meliput beberapa kegiatan secara langsung yang dilakukan Pemkab Bantul maupun adanya pers di kantor Pemkab Bantul. Humas Pemkab Bantul memberikan bahan berita kepada wartawan yang nantinya akan disebarluaskan kepada masyarakat. Beberapa kegiatan media relations yang telah dilakukan membuat hubungan dengan media masih berjalan baik dan semakin erat di kala pandemi saat ini meski dalam berkomunikasi dilakukan secara terbatas hanya mungkin melalui telepon atau pesan di media sosial saja. Aktivitas lain yang masih dilakukan yaitu secara informal, seperti bincang santai dan hubungan personal, dimana bagian Humas Pemkab Bantul melakukan aktivitas informal dengan media agar dapat menjaga hubungan yang dekat dan makin akrab.

Dalam kondisi COVID-19 media relations diperlukan sebagai upaya kolaborasi antara Pemkab Bantul dengan media untuk bersama-sama melawan berita *hoax* yang beredar di masyarakat, karena masyarakat saat ini lebih sering mengkonsumsi dari media sosial atau berita-berita yang kurang dipercaya kebenarannya. Maka aktivitas media relations yang

dilakukan antara Pemkab Bantul dengan media bisa menjaga hubungan baik antara kedua belah pihak yang nantinya juga akan dilihat oleh masyarakat.

Salah satu fungsi yang dilakukan Humas Pemerintah yaitu untuk mengurangi berita *hoax* dan juga Humas Pemerintah salah satu fungsi dan perannya sebagai mediator dan komunikator antara pemerintah dengan media dan masyarakat. Peran humas yang terpenting adalah menginformasikan/ menyampaikan pesan-pesan informatif maupun persuasif.

Dalam penyampaian berita informasi di media, Humas Pemkab Bantul juga menjadi media kontrol dalam keluar masuknya sumber informasi berita dan juga memberikan informasi secara *real*, akurat, berdasarkan data dan dapat dipertanggungjawabkan, maka adanya media relations membuat berita dan informasi yang beredar dapat tersampaikan dengan baik dan *feedback* dari masyarakat akan menjadi positif.

Dilansir dari corona.bantulkab.go.id, tercatat lebih dari 2500 jumlah kasus yang telah terkonfirmasi dan dalam penyampain informasi seputar COVID-19. Pemkab Bantul melakukan pemberitaan secara transparan dan berimbang kepada masyarakat dan tidak mengada ataupun menutupi berita COVID-19.

Gambar 1.1

Matriks jumlah kasus COVID-19 di Kabupaten Bantul



(Sumber: [BANTUL SIAGA COVID-19 – Layanan Bantul Siaga Covid-19 \(bantulkab.go.id\)](https://bantulsiaga.com), diakses pada 28 Oktober 2020)

Karena keterbatasan bertemu secara langsung akan tetapi dari Humas Pemkab Bantul juga memberikan bahan berita seperti *release* yang nantinya akan di publikasikan kepada wartawan media. Hubungan yang dilakukan dengan media dapat berjalan dengan baik dan tidak terjadi permasalahan. Hal tersebut diungkapkan oleh Beni Sasangka selaku Kasubbag Humas bagian Humas dan Protokol Pemkab Bantul, melalui wawancara 21 Desember 2020:

“Hubungan kami dengan teman-teman media semakin baik jadi kembali kepada kuncinya yaitu komunikasi, ketika kita membangun komunikasi yang baik, jika ada problem kecil saya mungkin melihatnya itu sebagai tantangan yang harus dihadapi” (Beni

Sasangka selaku Kasubbag Humas bagian Humas dan Protokol Pemkab Bantul, melalui wawancara 21 Desember 2020).

Aktivitas Humas Pemkab Bantul dapat berjalan baik dengan media karena humas di Pemkab Bantul selalu *intens* dalam berkomunikasi baik melalui *group whatsapp* maupun pesan suara melalui telepon untuk bertukar informasi maupun memberikan informasi.

Gambar 1.2

Group Whatsapp Pemkab Bantul dengan berbagai media



(Sumber: Studi Dokumen Humas Pemkab Bantul, 2021)

Dalam melakukan kegiatan kehumasan di Pemkab Bantul kendala yang dialami biasanya hanya dari dalam saja, seperti terbatasnya personil pada bagian humas dan protokol. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut biasanya terjadi jika beberapa pimpinan secara bersamaan melakukan

kegiatan atau menghadiri kegiatan yang berbeda di berbagai tempat yang menyebabkan banyak personil dalam humas masing-masing mengikuti seluruh kegiatan pemimpin yang ada, sedangkan kendala dari luar biasanya terjadi hanya kendala kecil yang terjadi dan hal tersebut merupakan tantangan bagi humas Pemkab Bantul bukan *problem*. Dalam penyampaian informasi yang akan dipublikasikan kepada masyarakat terkadang terkendala dengan *deadline* media yang ada khususnya terjadi pada media cetak, sehingga informasi yang diharapkan segera bisa sampai ke masyarakat kadang harus menunggu hari berikutnya untuk bisa terpublikasikan kepada masyarakat.

Humas Pemkab Bantul dan media memiliki orientasi yang sama, semua yang diinginkan sama-sama ingin menyampaikan hasil pembangunan kepada masyarakat. Memiliki tujuan yang sama, tetapi berbeda dalam penyampaian informasi, karena Pemkab Bantul dan media memiliki cara penyampaiannya masing-masing. Setiap penyampaian pasti semua sudah sesuai dengan *rules* nya masing-masing dan hal tersebut yang membuat menjadi satu tujuan. Dalam penyampaian sumber informasi pasti media membawa nama Pemkab Bantul, dalam penyampaian berita pasti akan mempengaruhi nilai terhadap Pemkab Bantul. Maka jika dapat menaikkan nama Pemkab Bantul pasti media akan diberikan apresiasi terhadap Pemkab Bantul, tetapi sejauh saat ini belum ada apresiasi yang diberikan dari Pemkab Bantul kepada media. Hal tersebut diungkapkan oleh

Beni Sasangka selaku Kasbag Humas bagian Humas dan Protokol, melalui wawancara 21 Desember 2020:

“Sampai sekarang belum, mungkin ini bisa menjadi masukan untuk kami untuk bisa memberikan apresiasi kepada media dan mungkin bisa dilakukan setahun sekali untuk diberikannya reward” (Beni Sasangka selaku Kasubbag Humas bagian Humas dan Protokol Pemkab Bantul, melalui wawancara 21 Desember 2020).

Dalam penyampaian informasi Pemkab Bantul memiliki beberapa partner media *online* maupun *offline* dalam menjalankan media relations, seperti: KRjogja, Tribun, Harjo, Radar dan beberapa media TV lokal, serta beberapa media levelling seperti Detik.com, dll. Hal tersebut dilakukan agar reputasi dan juga informasi yang sampai kepada masyarakat dapat bisa lebih luas lagi.

Dengan menyadari dan mengetahui pentingnya posisi media dalam program dan kegiatan di Humas Pemerintah Kabupaten Bantul, maka peneliti melakukan penelitian untuk mengungkapkan dan menjelaskan aktivitas humas dalam menjalankan media relations dimasa pandemi COVID-19 dari bulan Maret 2020 - Desember 2020.

Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “Aktivitas Media Relations Pada Humas Pemerintah Kabupaten Bantul Di Era Pandemi COVID-19 Periode Maret 2020 – Desember 2020”, karena Pemerintah Kabupaten Bantul sendiri merupakan salah satu instansi pemerintah yang aktif dalam melakukan berbagai macam aktivitas media relations diantara instansi pemerintah lainnya, hal tersebut terlihat pada beberapa media yang

dimiliki Pemerintah Kabupaten Bantul itu sendiri, seperti ada beberapa media *online* dan beberapa media konvensional seperti media cetak. Peneliti merasa judul yang ingin diteliti mampu untuk diteliti, baik dari segi tempat, waktu dan tenaga. Dalam melakukan penelitian tersebut erat kaitannya dengan studi Ilmu Komunikasi yaitu di bidang kehumasan serta permasalahannya menarik untuk diteliti.

Penelitian terdahulu tentang media relations pernah dilakukan oleh Amrina Rosyada, Dadan Anugrah dan Lida Imelda Cholidah (2018). Dengan judul “Aktivitas *Press Relations* Biro Humas Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia”. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya dengan cara observasi dan wawancara mendalam. Pembahasannya pada aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh model yang paling efektif, dengan menggunakan model *public relations* James Grunnig. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Biro Humas KPK RI telah menerapkan model komunikasi *public relations* Grunnig dalam menyelenggarakan aktivitas humas.

Penelitian terdahulu tentang media relations juga pernah dilakukan oleh Yusran Nasir (2018) dengan judul “Aktivitas Media Relations Humas Pemerintah Kota Sabang dalam Membangun Hubungan dengan Media Massa”. Humas Pemerintah Kota Sabang dalam membangun hubungan dengan media massa sudah terbangun hubungan yang harmonis serta timbal balik. Kegiatan ini dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip membina

hubungan media yang baik. adanya peningkatan kerjasama dengan media massa sebagai *support* kepada media melalui iklan dan advetorial bagi media yang berulang tahun dan membantu terselenggaranya berbagai kegiatan media lainnya. Dalam membangun hubungan melalui media massa, Humas Pemerintah Kota Sabang tidak mendapatkan kendala atau tantangan yang berarti seperti kehadiran Wartawan Tanpa Surat Kabar (WTS) yang dapat diatasi dengan adanya hubungan baik dan koordinasi dengan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) untuk saling berkoordinasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa penelitian ini sama-sama meneliti tentang aktivitas media relations humas pemerintah. Penelitian milik Yusran Nasir menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan objek penelitian yang dipilih yaitu Humas Pemerintah Kota Sabang. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yusran Nasir hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, hanya saja berbeda objek penelitian dan waktu penelitian karena peneliti melakukan saat pandemi COVID-19.

Penelitian terdahulu tentang media relations juga pernah dilakukan oleh Tiara Aulia Ulfa (2018) dengan judul “Strategi Media Relations Humas Dalam Melakukan Publisitas Terkait Kebijakan Pemerintah Kota Medan”. Humas Pemerintah Kota Medan sangat aktif dalam kehumasan, kegiatan ini didasarkan pada prinsip menciptakan hubungan media yang baik. Peran Humas sebagai *media relationship* merupakan upaya untuk menyebarluaskan informasi pemerintah kepada masyarakat dan memperoleh *feedback*, serta dilakukan Humas Pemkot Medan dengan

membangun relasi dengan media massa yang ada. Hal tersebut diberikan sebagai bentuk informasi publik pemerintah dan telah menjadi dasar kebijakan Pemkot Medan dimasa yang akan datang. Penelitian milik Tiara Aulia Ulfa menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan objek penelitian yang dipilih yaitu Humas Pemerintah Kota Medan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tiara Aulia Ulfa lebih banyak mengarah pada strategi media relations humas dalam melakukan publisitas terkait kebijakan pemerintah, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih mengarah pada aktivitas media relations yang dilakukan Humas Pemerintah.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dideskripsikan di atas memiliki kesamaan dengan penelitian ini berupa topik mengenai aktivitas media relations. Kesamaan pada topik penelitian menjadikan beberapa penelitian terdahulu tersebut sebagai referensi bagi peneliti dalam menyusun penelitian ini. Meski demikian, terdapat adanya perbedaan antara penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu tersebut. Salah satu perbedaan tersebut diantaranya adalah pada lokasi penelitian, sama-sama dengan objek penelitian Humas Pemerintah. Lokasi dan objek penelitian yang dilakukan peneliti adalah Humas Pemerintah Kabupaten Bantul, dengan tujuan untuk mengetahui tentang aktivitas media relations dalam pemberitaan media di Humas Pemerintah Kabupaten Bantul periode Maret 2020 – Desember 2020, karena periode tersebut merupakan terjadinya pandemi COVID-19. Penelitian ini dilakukan dan mengambil periode

tersebut karena saat pandemi COVID-19 masyarakat sangat membutuhkan informasi yang jelas sumbernya dan juga informasi yang dikeluarkan oleh pemerintah merupakan informasi yang akan di perhatikan dan didengarkan oleh masyarakat, khususnya masyarakat Bantul. Maka menjaga hubungan baik dengan media pasti dapat mempengaruhi dari segi aspek banyak hal, karena aktivitas media relations sangat penting bagi Humas Pemerintah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas sebelumnya, maka didapat rumusan masalah tentang “Bagaimana aktivitas media relations pada Humas Pemerintah Kabupaten Bantul di era pandemi COVID-19?”

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana aktivitas media relations Humas Pemerintah Kabupaten Bantul di masa pandemi COVID-19.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai informasi dan tambahan referensi untuk humas dan penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang aktivitas humas dalam menjalankan media relations.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah diharapkan dapat meningkatkan perkembangan kehumasan di Pemkab Bantul dan dapat

memberikan referensi praktis yang dapat digunakan untuk merancang kegiatan media relations yang sesuai dengan kepentingan instansi pemerintah, termasuk khususnya Kabupaten Bantul.

E. Kerangka Teori

a. Humas Pemerintah

1. Definisi Humas Pemerintah

Humas Pemerintah adalah lembaga humas atau praktisi humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif instansi pemerintah.

Humas pemerintah juga memiliki tugas untuk menginformasikan kepada publik mengenai aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah (Nilla Sari, 2012:73).

Dalam dunia pemerintah, *Public Relations* bertugas menjalankan kebijakan publik dan pelayanan publik. Salah satu kegiatan *public relations* pemerintah dalam bidang kebijakan publik adalah memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintah yang mengikat masyarakat, sedangkan dalam pelayanan publik adalah memberikan pelayanan terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan terhadap

masyarakat sehingga dunia pemerintah memperoleh citra positif (Ardianto, 2014:239).

Membagi humas pemerintah menjadi dua, yaitu:

- a. Humas pemerintah pusat (*center government*) Humas pemerintah pusat umumnya bertempat di departemen-departemen, serta badan-badan pemerintah pusat. Tugas humas pemerintah pusat adalah menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan, perencanaan, dan hasil yang telah diraih.
- b. Humas pemerintah daerah (*local government*) Humas pemerintah daerah pada hakikatnya sama saja dengan humas pemerintah pusat, dalam rangka pengorganisasian dan mekanisme kerja. Bagi Indonesia, sebagai negara besar dengan jumlah penduduk yang begitu banyak terdiri atas suku bangsa yang hidup dengan norma kehidupan dan kebudayaan yang berbeda, mungkin untuk provinsi atau kabupaten tertentu memerlukan tambahan bagian khusus (Menurut Saputra dan Nasrullah dalam Kussanti & Leliana, 2017:121).

2. Fungsi Humas Pemerintah

Salah satu fungsi utama humas di instansi pemerintah adalah menyajikan program-program pemerintah kepada publik. Program

yang dibuat oleh pemerintah tentunya bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat. Oleh karena itu, program pemerintah yang baru hanya akan dapat berfungsi dengan baik jika disajikan kepada masyarakat luas.

Program pemerintah tidak akan berjalan jika tidak disampaikan kepada seluruh masyarakat. Oleh karena itu, peran humas dalam suatu instansi pemerintah sangat penting karena merekalah yang akan membawa program-program pemerintah kepada masyarakat. Humas juga berperan penting dalam menyampaikan informasi penting kepada masyarakat luas.

Menurut kutipan dari Liliweri menjelaskan bahwa fungsi utama humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publik, internal maupun eksternal, dalam menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik untuk menciptakan iklim pendapat umum (opini publik) yang menguntungkan lembaga (Liliweri, 2014: 250).

Di sisi lain, fungsi utama hubungan masyarakat menurut Edward L Bernays yakni, memberikan penerangan kepada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung, dan berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan atau lembaga

sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya (Edward L Bernays dalam Liliweri, 2014:250).

Menurut Widjaja menyebutkan fungsi Humas Pemerintah pada dasarnya adalah:

1. Mengamankan kebijaksanaan pemerintah.
2. Memberikan pelayanan/menyebarkan informasi dalam rangka meyakinkan masyarakat.
3. Menerima atau menampung informasi dari masyarakat.
4. Menjadi jabatan atau komunikator aktif dalam rangka komunikasi dua arah.
5. Ikut menciptakan iklim untuk mengamankan politik pembangunan (Drs. A.W. Widjaja, 1993:127).

3. Aktivitas Humas Pemerintah

Aktivitas Humas merupakan suatu kegiatan atau sarana untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu organisasi dengan publiknya, yang bertujuan untuk mempengaruhi dan menciptakan komunikasi dua arah dengan publik (perusahaan/organisasi), dalam rangka menumbuhkan saling pengertian, saling percaya dan dapat bekerja sama. Kegiatan humas dianggap sebagai kegiatan utama yang berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan audiensnya, termasuk pembentukan citra. Kedua, menyediakan dan memberikan informasi

secara rinci tentang kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dengan tujuan agar organisasi tersebut dikenal dan dipahami masyarakat. Ketiga, mencari dan menafsirkan pendapat umum tentang semua kegiatan dan kepentingan organisasi.

Definisi humas sangat beragam, hampir setiap buku yang berisi topik tentang humas mempunyai definisi sendiri mengenai apa itu humas. Menurut Cutlip, Center dan Broom (2009: 6), humas didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya sebagai penentu kesuksesan dan kegagalan organisasi. Kegiatan humas ini membangun relasi dengan media dan membangun kepercayaan dengan media. Sebagai saluran atau suara suatu organisasi untuk menjangkau khalayaknya, media dalam hal ini memiliki peran penting dalam kegiatan kehumasan tanpa mempengaruhi kegiatan lainnya. Kekuatan media yang mampu menjangkau semua lapisan masyarakat dikatakan mampu menjaga citra mapan sebuah organisasi. Adapun ruang lingkup tugas humas dalam sebuah organisasi atau lembaga dalam berbagai aktivitas adalah sebagai berikut :

a. Membina hubungan kedalam (*public internal*)

Public internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit, badan, perusahaan dan organisasi itu sendiri. Seorang humas harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang

menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

b. Membina hubungan keluar (*public eksternal*)

Public eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Tujuan kegiatan humas adalah usaha agar masyarakat sadar, sengaja, terencana dan terus menerus mengerti dan mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh organisasi/lembaga. Selain itu humas merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat *internal* maupun *eksternal* sebagai publik mengetahui rencana kebijaksanaan, aktivitas program kerja dan rencana-rencana usaha suatu organisasi/lembaga berdasarkan keadaan, harapan-harapan dan sesuai dengan keinginan publik Sasarannya.

Tanggung jawab atas hubungan dengan media terletak pada orang-orang, baik yang menetapkan kebijaksanaan dalam perberitaan maupun yang sehari-hari bertemu dengan pers. Bagian humas atau seksi persnya bertanggung jawab atas pengarah hubungan perusahaan dengan media dan penyebaran berita. Staff pers membuat program publikasi untuk manajemen pabrik setempat dan memberikan saran dalam pelaksanaannya.

b. Media Relations

1. Definisi Media Relations

Perkembangan teknologi dan pengaruhnya terhadap bentuk bentuk media massa memberikan pengaruh yang berarti bagi perusahaan. Liputan yang baik di media akan memberikan pencitraan yang baik pula bagi perusahaan, meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam memakai produk perusahaan, dan akhirnya menumbuhkan minat pemodal untuk menginvestasikan modalnya bagi perusahaan. Aktivitas *public relations* inilah yang menjalin relasi dengan media dan mendapatkan kepercayaan dari liputan media.

Media relations dapat dikatakan sebagai alat untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aktivitas perusahaan atau organisasi melalui publikasi dan diharapkan pesan atau dapat diterima dengan baik oleh khalayak luas. Media relations pada dasarnya berkenaan dengan pemberian informasi atau memberi tanggapan pada media pemberitaan atas nama organisasi atau klien (Iriantara, 2008:29).

Pentingnya menjalin hubungan dengan media dikarenakan media sebagai sarana komunikasi dengan publik yang dapat menjangkau khalayak yang luas dan tersebar agar isi pesandapat disampaikan dengan baik kepada publik. Dengan demikian, manfaat dari media relations sebagai berikut:

1. Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa.
2. Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip menghormati dan menghargai, kejujuran serta kepercayaan.
3. Penyampaian/perolehan informasi akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan bagi publik (Wardhani, 2008:14).

Media Relations atau hubungan pers ialah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan, Frank Jefkins (1992: 98).

2. Fungsi Media Relations

Fungsi media relations adalah meningkatkan suatu hubungan dari berbagai publik, seperti pada instansi pemerintah, organisasi kemasyarakatan, perusahaan maupun individu. Sam Black dan Melvin L. Sharpe menjelaskan bahwa media relations berkaitan terhadap hubungan antara organisasi dengan media, yaitu seperti hubungan dengan pers, radio dan televisi secara dua arah atau dua pihak (Black dan Sharpe, yang dikutip oleh Diah Wardhani, 2008: 9).

3. Aktivitas Media Relations

Aktivitas media relations di humas pemerintah selain memasok berbagai materi yang layak diterbitkan, semua praktisi humas juga perlu memahami bagaimana surat kabar dan majalah itu diterbitkan, serta bagaimana pula caranya memproduksi program-program siaran radio dan televisi. Pengetahuan yang didapat dengan cara mengamati dari hasil kunjungan-kunjungan ke sejumlah media penerbitan, stasiun radio, dan studio televisi (Jefkins, 1995: 99).

Soemirat dan Ardianto (2017: 128), yang kaitannya dengan menjalin hubungan pers maka PR akan melakukan kegiatan yang kaitannya dengan pers, seperti:

1. *Press Release*, merupakan kegiatan dalam menyebarkan berita yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan.
2. *Press Conference*, yaitu diberikan kepada berbagai wartawan secara bersamaan oleh seorang pejabat pemerintah atau pihak swasta.
3. *Press Tour*, kegiatan ini dilakukan pada suatu instansi untuk mengunjungi daerah atau tempat tertentu dengan mengajak wartawan pilihan dalam rangka wisata kunjungan keluar kota atau suatu event tertentu.
4. *Special Event*, merupakan peristiwa khusus suatu kegiatan humas yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut

serta dalam suatu kesempatan agar dapat meningkatkan pengetahuan selera publik, seperti pameran, *open house*, lokakarya dan lainnya.

5. *Press Luncheon*, merupakan kegiatan jamuan makan siang bagi pelaku media yang diadakan oleh humas suatu instansi pemerintah atau swasta.

Suatu *press release* yang sempurna terdapat syarat yang harus dilakukan dalam penulisan *press release*, seperti yang dikemukakan Effendy (1992: 161-162), yaitu:

1. Mengandung nilai berita (*news value*)
2. Faktanya terbaru (*timely*)
3. Disusun secara piramida terbalik (*inverted pyramid*)
4. Mengandung 5W+1H
5. Pemilihan kata-kata yang lazim dan umum agar mudah dipahami masyarakat saat penyusunan *press release*

Menurut Soemirat (2003: 135) mengatakan bahwa konferensi pers adalah

1. Menyebarkan informasi positif kepada masyarakat luas
2. Memenggal atau menetralsir berita tidak benar atau *hoax*
3. Dapat meningkatkan *image*, terutama pada program kegiatan yang sedang dilakukan
4. Membina hubungan secara langsung dengan pers

Menurut Iriantara (2005: 81-97) terdapat 2 pendekatan dalam melakukan pengelolaan media relations, pertama melalui pendekatan secara institusi dengan media massa, karena media merupakan hal yang perlukan dalam kegiatan PR, kedua dengan pendekatan secara individual dengan pelaku media, karena pelaku media merupakan personifikasi dari institusi media massa. Pelaku media itulah yang memasok informasi yang nantinya dipublikasikan oleh media massa, meski keputusan penyiaran suatu informasi ada pada tangan redaktur. Pernyataan Iriantara diatas menjelaskan pendekatan media relations untuk membangun hubungan yang baik dengan media massa dapat dilakukan dengan mengelola dan memperluas relasi baik secara institusi dengan media massa (*formal*) maupun secara personal (*informal*) dengan pelaku media.

Aktivitas media relations dijalankan oleh petugas media relations hendaknya untuk mencapai efektifitas yang baik. Untuk itulah, humas perusahaan yang dianggap dapat melakukan kegiatan tersebut. Dalam melaksanakan dan menyampaikan informasi kepada publik yang telah disesuaikan dengan kebijaksanaan yang telah ditetapkan oleh instansi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, untuk lebih mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek perilaku, sikap, tanggapan, opini, keinginan dan kemauan Pemerintah Kabupaten Bantul dalam memaksimalkan media relations Humas Pemkab Bantul. Maka risetnya dilaksanakan dengan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) dan studi dokumen.

Alasan menggunakan metode penelitian ini agar dapat mengetahui informasi yang digali secara mendalam tentang berbagai aktivitas media relations yang dilakukan Humas Pemkab Bantul. Dalam penelitian dengan jenis dan format seperti ini akan ada hasil temuan secara mendalam dan hasil temuan tersebut merupakan hasil yang absah karena telah melalui wawancara, studi dokumentasi dan triangulasi data.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Pemerintah Kabupaten Bantul pada bagian Humas dan Protokol Pemkab Bantul yang beralamat di Komplek Parasamya, Jl. Robert Wolter Monginsidi No.1 Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah melalui data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui wawancara pada sumber pertama. Adapun dalam

penelitian adalah pihak Divisi Humas bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul.

Adapun data sekunder adalah data-data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak-pihak lain melalui *website*, jurnal dan buku yang telah diverifikasi sehingga data yang dikumpulkan *valid* dan dapat dipertanggungjawabkan karena data tersebut bisa menjadi referensi peneliti.

4. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Hal ini karena tujuan dari penelitian itu sendiri adalah untuk memperoleh data. Dengan demikian, maka tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Pada bagian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam (*indepth interview*) dan studi dokumentasi (Sugiyono, 2007:147).

1. Wawancara mendalam (*indepth interview*)

Wawancara mendalam merupakan teknik pengambilan data yang sangat seringkali dipakai pada penelitian kualitatif. Wawancara mendalam merupakan aktivitas tanya jawab antara peneliti dan informan. Wawancara kualitatif terkadang tidak terstruktur dan umumnya memerlukan kedekatan antar periset dengan informan supaya lebih luwes untuk membicarakan jawaban atas pertanyaan

yang diajukan. Wawancara dilakukan secara mendalam, lantaran data yang diharapkan berkaitan dengan kegiatan media relations dalam Humas Pemkab Bantul yang bersifat tidak berbentuk sebagai akibatnya perlu digali lebih lagi supaya menerima data yg sinkron dengan menggunakan tujuan penelitian. Pada penelitian peneliti menggunakan petunjuk pada Teknik pengumpulan data wawancara ini dengan kriteria informan sebagai berikut:

- 1) Kepala Humas Pemerintah Kabupaten Bantul.
- 2) Kepala Sub Bagian Humas bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Bantul.
- 3) Perwakilan pekerja lapangan dalam melaksanakan media relations Humas Pemerintah Kabupaten Bantul.
- 4) Pelaku media/wartawan dari media.

2. Studi Dokumen

Menurut Sugiyono (2007: 83) studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini akan semakin tinggi jika melibatkan/menggunakan studi dokumen ini dalam metode penelitian kualitatifnya. Dalam hal ini studi dokumen dilakukan dengan menganalisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian seperti majalah internal, berita-berita di media, buku, regulasi pemerintah, dan artikel-artikel dari internet.

G. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data secara holistik melibatkan pemaknaan pada teks dan juga gambar. “Yang diperlukan ketika analisis data yaitu mempersiapkan data untuk dianalisis, memperdalam pemahaman terhadap data tersebut, menyajikan data dan membuat interpretasi makna yang lebih luas akan data tersebut” (Creswell, 2013: 274). Analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan analisis (Nasution dalam Ardianto (2010: 216). Miles dan Huberman dalam Afrizal (2014: 178) membagi analisis data dalam penelitian kualitatif menjadi tiga tahap, yaitu:

1. Mereduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang rinci. Laporan-laporan tersebut perlu direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema atau polanya (Ardianto, 2011: 216). Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan, juga mempermudah peneliti mencari kembali data bila diperlukan.

2. Menyajikan data

Tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan

untuk menggunakan matriks dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian, yang merupakan temuan penelitian.

3. Menarik kesimpulan/ verifikasi

Tahap menarik kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kebenaran interpretasi dengan cara mengecek ulang proses coding dan penyajian data ini dilakukan untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan (Afrizal, 2014: 178).

H. Uji Validitas Data

Data-data yang diperoleh terlebih dahulu diuji keabsahan data. Teknik pemeriksaan keabsahan data (validitas data) dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi menurut Sugiyono (2012:327) menyatakan triangulasi teknik, berarti menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama. Peneliti menggunakan wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak. Triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

I. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan disusun sesuai dengan dasar dan tahap-tahap pada umumnya yang dilakukan oleh seorang peneliti guna mempermudah dalam penyusunan skripsi dan memudahkan peneliti dalam menganalisis temuan dalam penelitian tersebut. Maka pada penelitian ini akan terdapat susunan sistematis yang terdiri dari IV BAB sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Didalam bab ini tersaji menjadi pendahuluan dan pengantar isi menurut pembahasan dari penelitian yang nantinya akan terisi pada bab-bab berikutnya. Pada bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan. Pada sub-bab metode penelitian juga terdapat beberapa poin, yaitu jenis penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data.

BAB II : GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum mengenai pelukisan objek penelitian tentunya berisi mengenai Humas Pemkab Bantul. Gambaran umum tersebut berisi seputar profil Humas Pemerintah Kabupaten Bantul, visi dan misi, struktur organisasi, dll.

BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang penyajian data dan analisis data yang sudah diperoleh menggunakan penerangan dan analisis persepsi. Bab ini juga akan memaparkan bahasan dari hasil penelitian serta analisis berdasarkan teori –teori yang sudah disampaikan di bab pertama yang dipadukan dengan hasil data penelitian mengenai media relations pada Humas Pemerintah Kabupaten Bantul di Era Pandemi COVID-19.

BAB IV : PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran. Kesimpulan merupakan inti dari jabaran keseluruhan pada saat penelitian yang berisi tentang ulasan singkat tentang hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, sedangkan saran berisi tentang masukan yang diberikan oleh peneliti kepada pihak Humas Pemerintah Kabupaten Bantul dan juga untuk penelitian selanjutnya.