

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media *relations* sebagai upaya humas dalam menjalan roda pemerintahan untuk menyampaikan informasi secara optimal. Informasi yang menjadi konsumsi penting bagi khalayak secara umum dengan memberikan penilaian lebih kepada kinerja di setiap informasi yang diberikan. Kerjasama dengan berbagai media sangat penting untuk menjaga citra yang baik serta menjadi komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung yang disampaikan bisa dalam bentuk lisan maupun tulisan lewat berbagai media yang ada seperti media cetak maupun media elektronik. Media sebagai mitra bagi *public relations* (reporter, wartawan, jurnalis) untuk membangun komunikasi dengan khalayak luas. Pemerintah tidak bisa meninggalkan media untuk dapat menyampaikan pesan dan membangun hubungan dengan khalayaknya, meskipun dimungkinkan perusahaan membuat media sendiri untuk menyebarkan pesan humas kepada khalayaknya tanpa harus melibatkan pihak media. Hubungan yang baik kepada media merupakan suatu investasi karena akurasi dan kejujuran dalam peliputan media bukan hanya sekedar ditentukan oleh reporter atau wartawan semata. Hubungan yang baik dengan media akan dapat dibangun dengan prinsip dasar sampaikan informasi dengan jujur, berikan pelayanan, dan jangan mendikte media.

Humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial. Arti penting humas adalah sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan “banjir informasi” seperti saat ini. Humas yang merupakan terjemahan bebas dari istilah *public relation* atau PR. Kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami humas, kecuali ia adalah sejenis tarzan yang tidak pernah bertemu atau menjalin kontak dengan manusia lainnya. Istilah dasar ini acap kali kabur dan tidak semua orang memahaminya. Demi menghindari salah pengertian, kita lihat saja makna baku atau definisi dari istilah humas tersebut langsung dari kamus induk yang paling sering dijadikan acuan bagi kalangan praktisi humas.

Salah satu kegiatan *public relation* atau humas yang bisa dilakukan dalam hal ini adalah kegiatan hubungan media atau *media relations*. *Media relations* merupakan bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dengan khalayak untuk mencapai tujuan pemerintah. Kegiatan ini merupakan usaha untuk mencapai publikasi yang maksimum atas suatu informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal ini menjalin hubungan baik dengan

kalangan pers atau yang mengelola media massa baik cetak, elektronik, maupun online.

Media *relations* menjadi sarana penting untuk menyampaikan informasi dan menjalin hubungan baik dengan media agar menjadi citra yang baik hingga sampai pada lapisan masyarakat. Sebagaimana Philip Lesly memberikan definisi media relations sebagai hubungan dengan media untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi¹. Membangun dan membentuk citra positif dalam konteks penyampaian informasi di mata masyarakat terhadap instansi menjadi sangat penting, karena instansi adalah lembaga yang merepresentasikan masyarakatnya, sehingga secara tidak langsung dalam mengoptimalkan penyampaian informasi menjadi citra positif oleh instansi. Masyarakat telah memahami hak-haknya yang sekaligus juga menjadi kewajiban pemerintah dalam bidang pelayanan publik. Masyarakat menuntut sistem pemerintahan yang bersih dan transparan serta berhak atas akses informasi.

Frank Jefkins (dalam Nuruddin 2008:12), “media *relations* adalah 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”². Membangun dan membentuk citra positif dalam konteks penyampaian informasi di mata masyarakat

¹ Wahidin Saputra & Ruli Nasrullah. 2014. Public Relations 2.0 : Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber. Depok.Gramata Publishing. hal 129

² Farid Hamid. 2011. Ilmu Komunikasi : Sekarang dan Tantangan Masa Depan. Jakarta. Kencana. hal 9

terhadap instansi menjadi sangat penting karena instansi adalah lembaga yang merepresentasikan masyarakatnya, sehingga secara tidak langsung dalam mengoptimalkan penyampaian informasi menjadi citra positif oleh instansi. Masyarakat telah memahami hak-haknya yang sekaligus juga menjadi kewajiban pemerintah dalam bidang pelayanan publik. Masyarakat menuntut sistem pemerintahan yang bersih dan transparan serta berhak atas akses informasi. media yang sebagai sarana informasi tentu ada berbagai strategi yang akan dijalankan oleh humas ketika berhadapan yang tidak pernah terduga sebelumnya.

Strategi media *relations* menurut Iriantara yaitu diantaranya mengelola relasi, mengembangkan jaringan, dan mengembangkan jaringan³. Artinya strategi media relation merupakan sekumpulan kebijakan dan taktik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan kegiatan media relations khususnya dan *public relations* pada umumnya yang diacukan pada tujuan organisasi. Pencapaian pada penyampaian informasi, maka media relations memiliki fungsi diantaranya membangun citra positif bagi perusahaan ataupun instansi agar transparan dalam menyikapi penyampaian informasi. Hubungan yang kokoh akan memberikan citra positif serta manfaat bagi perusahaan maupun instansi.

Perkembangan informasi semakin cepat memiliki makna tersendiri bagi khalayak sebagai sarana komunikasi. Kumpulan pesan yang diterima secara tidak

³ Anneke Lawrencia Alim. 2016. Strategi Media Relations Hotel Grand Darmo Suite Surabaya Dalam Mengelola Publisitas Di Media Massa. Volume 4 No.1 Hal 5-6 (diakses 24 Desember 2019 Pukul 15.39)

sadar akan mempengaruhi persepsi penerima itu sendiri. Salah satu Instansi yang berpengaruh dalam menyampaikan informasi adalah Humas dan Protokol Kabupaten Gorontalo sebagai perpanjangan Pemerintah dalam mengoptimalkan penyampaian informasi. Humas sebagai salah satu citra positif Pemerintah Kabupaten Gorontalo menjalin kerjasama dengan media massa agar optimal dalam menyampaikan informasi hal ini sejalan dengan menurut kamus *Institute of Public Relations* (IPR) terbitan bulan November 1987: “Humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”⁴.

Aziz (2018) menemukan beberapa Strategi Dinas Kominfo Kabupaten Luwu Timur dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat adalah dengan memanfaatkan atau bekerjasama dengan wartawan lokal maupun internasional untuk kebutuhan penyebaran. Selain itu mereka memanfaatkan media yang dimiliki oleh Kabupaten Luwu Timur. Namun demikian, masih adanya hambatan minimnya kualitas sumber daya manusia yang dimaksud adalah latar belakang keilmuan yang bukan berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi maupun yang berkaitan dengan Ilmu Jurnalistik, sehingga perlu diadakan pelatihan-pelatihan khusus agar menjadi professional Humas yang handal serta Kendala lainnya terletak pada sarana dan prasarana yang masih terbatas. Berbeda dengan Ulva Lathifah (2014) menemukan

⁴ Frank Jefkins. 1992. *Public Relations* edisi keempat. Jakarta. Erlangga hal 8

dalam hasil penelitiannya terkait strategi media relations yang dijalankan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Harta Insan Karimah (HIK) dalam menjalin hubungan media massa yaitu bersifat proaktif dan persuasif. Proaktif disini HIK mendekati media bukan hanya ketika membutuhkan saja, komunikasi yang dilakukan tidak bersifat ceremonial, yaitu hanya mendekati media jika dibutuhkan saja melainkan lebih interpersonal. Persuasif dengan cara-cara pendekatan yang halus, baik dan memenuhi etika yang ada sehingga dapat tercipta mutual understanding yang sempurna antara HIK dan media massa.

Berdasarkan studi awal yang telah penulis lakukan, hal ini senada dengan hasil penelitian Aziz (2018) bahwa Humas Kabupaten Gorontalo bekerjasama dengan media massa antara lain media elektronik, media cetak dan media online. Kerja sama tersebut dibangun agar humas dapat meningkatkan informasi publik yang disampaikan kepada masyarakat. dalam hal informasi tentang kabupaten Gorontalo. Media massa adalah pihak eksternal yang memiliki peran mencari dan menunjang keberhasilan kegiatan humas menyampaikan berita kepada masyarakat sebagai sarana penyampaian informasi. Media yang digunakan tentunya berbeda-beda sesuai dengan kelompok khalayaknya. Media, dalam hal ini untuk berpengaruh dalam mengoptimalkan penyampaian informasi kepada masyarakat. Humas Kabupaten Gorontalo sebagai wadah internal yang memiliki hubungan dengan media massa informasi ke masyarakat yang berkaitan pembangunan daerah namun kurang optimal karena Derasnya informasi semakin cepat hingga media relations minim interaksi

secara optimal kepada masyarakat apakah informasi publik tersebut tersampaikan atau tidak.

Akan tetapi, tidak sama pada penelitian Ulvha Lathifah (2015) yang dimana kurangnya *interpersonal* namun bersifat *ceremonial* karena banyaknya kerjasama media yang ada di Gorontalo sehingga kurangnya pendekatan antara humas dan media. Kemudian, pernah terjadi pemberitaan negatif tentang Kabupaten Gorontalo adalah tentang isu yang dimuat detikNews tanggal 24 November 2017 dengan judul “Usai Digugat Mahkamah Agung Rp 13 M, Wakil Bupati Gorontalo Dimakzulkan Mahkamah Agung”⁵ dan isu korupsi wakil Bupati Gorontalo yang dimuat *detikNews online* tanggal 18 November 2018 dengan judul berita “Tersengat Isu Korupsi, Wakil Bupati Gorontalo Akhirnya Lengser”⁶.

Terlihat bagaimana pentingnya media *relations* yang dijalankan oleh humas dalam mengoptimalkan penyampaian informasi sekaligus membantu menciptakan citra pemerintah Kabupaten Gorontalo yang positif di mata masyarakat. Permasalahan lainnya sama seperti pada Penelitian Aziz (2018) yaitu kurangnya kualitas Sumber Daya Manusia dan tidak sesuai *basic* dari jurusan Ilmu Komunikasi, hal ini perlu diperhatikan tentu pihak instansi terkait harus menghadirkan orang yang punya *basic* di kehumasan agar sesuai dengan dunia kerja.

⁵ <https://m.detik.com/news/berita/d-3740891/usai-digugat-ayah-rp-13-m-wakil-bupati-gorontalo-dimakzulkan-ma> . (diakses 26 Desember 2019 pukul 14.25).

⁶ <https://m.detik.com/news/berita/d-3922966/tersengat-isu-korupsi-wakil-bupati-gorontalo-akhirnya-lengser> . (diakses 26 Desember 2019 pukul 14.02).

Informasi yang menjadi konsumsi penting bagi khalayak secara umum dengan memberikan penilaian lebih kepada kinerja pemerintah di setiap informasi yang diberikan. Oleh karena itu, humas dituntut untuk memberikan informasi kepada khalayak secara menyeluruh di setiap kegiatan pemerintah. Pemerintah Kabupaten Gorontalo sebagai komponen pembangunan daerah dituntut untuk lebih memiliki peranan dalam pengembangan informasi publik sebagai konsumsi khalayak.

Keterbatasan anggaran Humas Kabupaten Gorontalo tidak menghalangi hubungan kerja sama dengan media karena memiliki peranan penting menghubungkan dengan humas kabupaten Gorontalo dalam konteks kerjasama menyebarkan informasi yang menjadi salah satu fokus mampu mendukung aktivitas komunikasi yang dilakukan sebuah lembaga pemerintah yang berada di naungannya kepada masyarakat maupun *stakeholders*. Namun, dengan terus menerus menerbitkan berita melalui kerjasama dengan media lainnya, media relations kurang berinteraksi berkomunikasi dengan masyarakat sehingga lahir kurangnya optimal penyampaian informasi. Oleh karena itu strategi yang digunakan ialah mengelola relasi secara optimal dalam konteks kepada masyarakat, mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan. Baik dalam bentuk Informasi Teknologi maupun lewat media massa.

Pemerintah Kabupaten Gorontalo menyadari bahwa hadirnya berbagai media massa dan derasnya arus informasi untuk masyarakat belum menjadi jaminan dapat memberi pencerahan kepada masyarakat, bahkan seringkali justru terjadi

mbingungkan masyarakat. Peneliti melihat persoalan yang terjadi diperkirakan karena ketidakefektifan strategi media relations. Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Humas Kabupaten Gorontalo, dengan judul penelitian yaitu, **“Strategi Media Relations Dalam Mengoptimalkan Penyampaian Informasi Publik Kepada Masyarakat (Studi Pada Humas Kabupaten Gorontalo)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan adanya latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, maka penulis merumuskan masalah yaitu, **“Bagaimana Strategi Media Relations Dalam Mengoptimalkan Penyampaian Informasi Kepada Masyarakat ? “**

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan terkait strategi media relations dalam mengoptimalkan penyampaian informasi kepada masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah adanya tujuan dari pada penelitian ini, tentunya penelitian ini juga memiliki beberapa manfaat yang dapat diambil, berikut manfaatnya :

- a. Dengan adanya penelitian ini, dapat bermanfaat pada setiap pembaca yang nantinya juga akan mengetahui dan memahami mengenai strategi media relations dalam mengoptimalkan penyampaian informasi kepada masyarakat.

- b. Penelitian ini, tentunya bermanfaat bagi penulis tentang kemampuan yang akan dimiliki dalam menganalisis segala permasalahan yang ada di lapangan, penulis juga akan mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang akan diteliti.
- c. Penelitian ini juga, dapat dijadikan sebagai bahan acuan ataupun referensi dalam sebuah perpustakaan dengan tujuan untuk memenuhi bidang akademik di Universitas