

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media relations merupakan salah satu kegiatan eksternal yang dilakukan oleh pakar humas dari instansi dan organisasi dalam rangka membangun hubungan baik dengan media dan mempromosikan nama dan citra instansi atau perusahaan yang diwakilinya.

Kerja media saat ini diperlukan karena merupakan alat yang sangat efektif dan efektif untuk mendukung komunikasi publik, sama pentingnya dengan mengiklankan atau mempromosikan suatu organisasi melalui media lain. Hubungan baik dengan media dan pers merupakan sarana dan kerjasama yang mendukung proses penerbitan atau promosi dalam berbagai program kegiatan dalam rangka kelancaran antara humas dan media terhadap publik .

Bagi para profesional PR atau petugas hubungan masyarakat, hubungan media adalah suatu kewajiban. Jerry Dalton Jr, salah satu direktur komunikasi korporat Aircraft Company, percaya hubungan masyarakat itu penting dalam membangun hubungan dengan media¹. tidak buruk, tetapi juga tidak cukup baik. Padahal, tugas seorang humas salah satunya adalah berurusan dengan wartawan. Tujuannya untuk membangun hubungan masyarakat yang baik mungkin berbeda-beda. Salah satunya adalah untuk mengembangkan dan mempertahankan citra organisasi di mata publik atau pihak yang

¹ Nurudin, *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), 12.

berkepentingan, atau untuk meningkatkan atau mempertahankan reputasi organisasi.

Sementara itu, banyak orang yang menganggap hubungan antara humas dan media itu seperti air laut di pantai, ada pasang surutnya. Ada kalanya dapat membawa manfaat bagi masyarakat bagi pengelolaan, kadang gagal dan berdampak negatif bagi pengelolaan. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa menjalin hubungan dengan media merupakan salah satu cara untuk menjaga dan meningkatkan citra dan reputasi organisasi².

Peran media dalam mempengaruhi pembentukan opini dan meningkatkan reputasi suatu lembaga atau organisasi di mata masyarakat luas karena produknya media ini seperti berita untuk dikonsumsi langsung oleh masyarakat. Publisitas yang buruk akan berdampak negatif pada citra fasilitas atau organisasi, seperti halnya publisitas yang baik akan berdampak baik pada citra fasilitas atau organisasi. Untuk menjaga reputasinya, organisasi juga melakukan kegiatan kehumasan sebagai wujud tanggung jawab sosialnya.

Untuk itu perlu membina hubungan baik, salah satunya dengan melakukan kegiatan media relations. Kegiatan hubungan media termasuk mengadakan *Konferensi Pers*, *Pers Room*, *Interview Pers*, *Tour Pers*, dan *Pers Gathering*.

Press Gathering merupakan salah satu kegiatan media relations yang dilakukan oleh suatu instansi atau organisasi untuk menjalin hubungan yang baik dan harmonis dengan media. Dapat juga dikatakan bahwa Press Gathering

² Iriantara, Yosol, *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik* (Bandung: Simbiosis, 2005), 3.

merupakan salah satu kegiatan komunikasi informal yang dilakukan oleh para insan Humas media dalam rangka mempererat hubungan dengan media dan membangun relasi melalui pertemuan-pertemuan yang akrab, dengan tujuan yang sama untuk memberikan informasi tentang suatu topik yang akan dikomunikasikan nanti.

Ketika mengadakan konferensi pers, media memiliki banyak kesempatan untuk berdialog, media dapat mengajukan pertanyaan atau mengklarifikasi isu-isu yang berkaitan dengan organisasi. Kegiatan Press Gathering meliputi perjalanan ke luar negeri, kunjungan ke situs sejarah, documenter, dan lain-lain, membangun pendekatan emosional kepada media. Salah satu organisasi yang melakukan kegiatan Press Collection untuk menjalin hubungan baik dengan media adalah Bank Indonesia.

Organisasi dapat secara teratur mengirim berita ke media, memberi informasi atau membuka halaman informasi di Internet global untuk memfasilitasi akses kepada siapa saja yang membutuhkan informasi tentang organisasi, termasuk media. Di sini, fungsi komunikasi dilakukan melalui hubungan media informasi dan deskripsi. Fungsi informatif dimaksudkan untuk memberikan penjelasan yang dapat dipahami tentang kesenjangan tersebut kepada publik, sedangkan fungsi deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan kesenjangan tersebut dengan langkah-langkah yang dilakukan organisasi untuk menjembatannya.

Untuk mencapai arahan humas, bentuk yang positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi yang dilakukan kegiatan humas melalui

media. Dengan khalayak yang terbagi, tidak hanya secara geografis tetapi juga secara demografis, aktivitas berkomunikasi akan sulit jika tidak menggunakan media massa. Media dapat menjadi sarana komunikasi yang dapat menjangkau banyak kelompok yang berbeda dengan kepentingan yang berbeda. Bayangkan jika PLN harus mengumumkan daerah padam saat memperbaiki jaringan listrik dengan cara yang tradisional. Atau saat PT.Pertamina memberikan pengumuman bahwa harga BBM mengalami penurunan, cara termudah adalah dengan menyiarkannya melalui media. Apa itu informasi? Jika operasi tersebut merupakan upaya untuk membangun atau memulihkan citra, ini akan memberi lebih banyak ketenangan pikiran. Sulit dibayangkan jika kegiatan ini dilakukan secara langsung, media massa dipilih untuk mendekati organisasi dari berbagai sudut.

Begitu juga yang dijalankan oleh humas Pemerintahan Banjarmasin untuk menjaga reputasinya, pada hal ini humas Pemerintahan Kota Banjarmasin di mana ia menjalankan fungsinya memosisikan dirinya sebagai portal bagi publik dan media. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kegiatan humas pada hakikatnya adalah kegiatan komunikasi. Saat ini, sulit atau mungkin bisa dikatakan untuk menyelenggarakan kegiatan humas yang sukses tanpa keterlibatan media sangat mustahil. Begitu pula dengan humas pemerintah untuk menjaga reputasinya, dalam hal ini humas Pemkot Banjarmasin yang menjalankan fungsinya adalah sebagai portal bagi publik dan media. Jadi dapat dikatakan bahwa kegiatan kehumasan pada dasarnya adalah kegiatan komunikasi. Sekarang sulit atau bahkan tidak mungkin untuk mengorganisir kegiatan PR yang sukses tanpa keterlibatan media.

Dengan anggapan yang seperti itu, seolah-olah pemerintah selalu salah, sedangkan pers selalu benar. Pers juga menegaskan bahwa intuisinya sangat berhati-hati jika berhasil menunjukkan 'kegagalan' pemerintah. Surat kabar senang mempublikasikan informasi yang dapat meningkatkan sirkulasi, mengisi celah iklan tanpa khawatir publikasi tersebut dapat berdampak negatif pada masyarakat.

Pemerintah Kota Banjarmasin menyadari pentingnya memberikan informasi yang jelas dan berimbang kepada masyarakat dan mulai meningkatkannya dengan membawa humasnya ke dunia media. Hal itu dilaksanakan untuk meniadakan citra humas yang selama ini hanya dijadikan corong pemerintah sejak orde baru. Tidak jarang orang berpendapat bahwa instansi pemerintah sering menggunakan media untuk menginformasikan hal yang baik-baik saja, maka dari itu, kondisi ini menyebabkan sikap permusuhan di Internet.

Setiap instansi pemerintah sekarang memiliki kantor humas, departemen yang bertanggung jawab atas media manajemen, pengembangan citra, menjembatani antara pemerintah dan publik, dan penghubung antara pemerintah dan publik, pers dan pemerintah. Humas menghasilkan penerbitan internal, memberdayakan kantor wilayah dan unit layanan teknis untuk bertindak sebagai focal point informasi.

Dampak dari kegiatan yang dilaksanakan adalah semakin baik citra Pemerintah Kota Banjarmasin di mata masyarakat, terutama jika melihat trend positif pemberitaan yang dimuat di berbagai surat kabar. Bahkan Pemerintah

Kota Banjarmasin telah menarik perhatian berbagai daerah lain dalam beberapa tahun terakhir karena dinilai berhasil menerapkan good governance..

Menyadari dan memahami pentingnya peran media dalam program dan kegiatan kehumasan pemerintah kota Banjarmasin, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menjelaskan bagaimana **aktivitas humas dalam menjalankan media relations**, apakah sesuai dengan konsep kehumasan yang berlaku. atau ada hal lain yang dianggap menyimpang dari kode etik kehumasan.

B. Rumusan Masalah

pada informasi di atas, penulis dapat mengambil dua jenis masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas humas pemerintah kota Banjarmasin dalam pelaksanaan media relations?
2. Apa kendala kehumasan yang dihadapi pemerintah kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini untuk bertujuan menganalisis dan juga mendeskripsikan secara jelas kegiatan media relation yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Banjarmasin. Dan juga untuk mengetahui kendala yang dihadapi humas pemerintah kota Banjarmasin dalam pelaksanaan media relations.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini bertujuan agar dapat memberikan manfaat antara lain:

- a. Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan wawasan ilmiah, pemikiran dan gagasan baru, serta sebagai sarana untuk memahami ilmu-ilmu komunikasi khususnya di bidang kehumasan.
- b. Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan untuk merancang kegiatan media relations yang selaras dengan kepentingan organisasi/lembaga/perusahaan.

E. Definisi Operasional

Ada beberapa istilah yang perlu peneliti jelaskan terkait dengan penelitian ini, yaitu:

1. Aktivitas

Aktivitas ialah kegiatan atau keaktifan dimana segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan yang terjadi baik secara fisik maupun non fisik dalam kehidupan sehari-hari.

2. Humas (PR)

Hubungan Masyarakat Pemerintah disebut humas pemerintah adalah aktivitas lembaga atau individu, yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada *public* pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan sebaliknya. Dalam penelitian ini, penulis menekankan kepada bagian Kasi kehumasan yang diteliti mempunyai ruang lingkup kegiatan baik internal maupun eksternal individu dan

segala kegiatan yang dilakukan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing.

3. Media relations

Media Relation merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seorang *public relations* yang berhubungan dengan media massa, dalam hal ini kegiatan publikasi organisasi. *Media relations* bagian dari hubungan masyarakat yang berfokus pada hubungan dengan media untuk mengiklankan atau memenuhi kepentingan organisasi.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Wahid Faisal Hakim, Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2013, Penelitian ini berjudul PUBLIC RELATIONS DAN MEDIA RELATIONS STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF STRATEGI MEDA RELATIONS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN CITRA POSITIF HOTEL IBIS SOLO. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi deskriptif.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa strategi hubungan masyarakat dan hubungan media yang diterapkan oleh Ibis Solo Public Relations Hotel untuk meningkatkan citranya adalah niat baik, kepercayaan dan keterbukaan. Dan bentuk media relation yang dilakukan hotel Ibis Solo antara lain press release, media gathering, press conference, media visit. Seperti metode hubungan media yang diterapkan oleh Humas hotel Ibis, selalu tentang menjaga hubungan pribadi yang erat dengan media, terutama wartawan, baik melalui telepon atau SMS, dan

menggunakan jejaring sosial Facebook atau WhatsApp, serta bagaimana menjalin hubungan yang berkesinambungan dan langgeng. hubungan. memberikan kemudahan dan keterbukaan informasi di segala bidang serta memberikan kemudahan bagi media partner.

Perbedaan penelitian Wahid Faisal Hakim terletak pada tujuan penelitian yang digunakan penulis, penelitian Wahid Faisal Hakim bertujuan untuk mengetahui bagaimana humas dan media relations Ibis Solo Hotel bekerja secara umum, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk menentukan kegiatan..

Penelitian dari E. Novianti Atik Kurniawati Mahasiswa Program Diploma 3 UGM. Penelitian ini berjudul **AKTIVITAS MEDIA RELATIONS PADA PERUM PEGADAIAN KANDA VII YOGYAKARTA**. Dalam penelitiannya, ditunjukkan bahwa untuk menjaga hubungan yang baik dengan media, humas melaksanakan serangkaian aktivitas, seperti siaran pers, konferensi pers, kerjasama dengan media elektronik, dan laporan media. Sedangkan, secara internal, Humas Pegadaian juga terus ditingkatkan dari pelatihan dan pendidikan media relation untuk karyawan dan pimpinan, sehingga dapat berhubungan dengan wartawan tanpa merasa canggung atau salah paham.

Perbedaan dari penelitian ini adalah penulis merasa bahwa praktik humas pemerintah dalam melakukan media relations jarang ditemukan dalam sebuah penelitian, sehingga penulis merasa terpinggirkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan Anasrezza Feby, mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2016.

Penelitian ini berjudul *MAKNA PRESS CONFERENCE BAGI STAFF HUMAS*. Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi pada staff Humas Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi dan pengalaman dari kegiatan konferensi pers yang diadakan oleh Perum Perhutani Ragunan Jawa Barat bervariasi dan pemahaman dari staf departemen Humas Perum Perhutani tentang pertemuan surat kabar juga beragam dan makna dari proses komunikasi. Dalam kegiatan Press Conference personel Departemen Humas Perum Perhutani berbeda-beda, sesuai dengan pengetahuan dan pengalamannya.

Perbedaan penelitian terletak pada tujuan penggunaan, penelitian Ramadhan Anasrezza Feby bertujuan untuk mengetahui makna konferensi pers bagi personel humas, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan hubungan dengan publik sarana pemerintah. dari kota Banjarmasin.