

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini informasi menjadi kebutuhan yang sangat diperlukan oleh masyarakat. Informasi yang ditampilkan di berbagai media membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Menurut Cangara media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.¹ Melalui media, informasi dapat disebarluaskan sehingga dapat membantu institusi tersebut untuk membangun citra yang positif. Bagi institusi, media dapat menjadi jembatan antara institusi itu sendiri kepada publik sehingga, pesan yang ingin disampaikan dapat sampai ke komunikan. Peran media adalah sebagai penyalur informasi untuk masyarakat luas. Penggunaan media di era informasi seperti ini harus dipilih dengan bijak, karena memiliki sifat yang sensitif dan memiliki resiko besar.

Suatu organisasi di pemerintahan memiliki divisi Humas (Hubungan Masyarakat) sebagai penyalur komunikasi dari sebuah organisasi untuk masyarakat. Seperti kita ketahui bersama bahwa melakukan berkomunikasi tidak hanya dilakukan oleh Humas, tetapi juga bisa dilakukan oleh siapapun. Proses komunikasi bagi Humas menjadi kegiatan yang sangat penting dilakukan guna memenuhi kebutuhan hidup. Adanya komunikasi yang dibangun maka terjadilah interaksi yang diinginkan. Humas di pemerintahan memiliki peran yang penting guna membangun relasi dengan publik baik secara khusus atau umum. Kegiatan di pemerintahan banyak dilakukan terjun langsung yang berkaitan dengan masyarakat, maka tidak heran jika peran Humas dalam membangun relasi dengan berbagai pihak harus terjalin dengan baik.

Tugas Humas juga harus bisa membaca dan menghadapi suatu tantangan yang terkadang lingkungan dalam bekerja suka berubah-ubah yang sangat cepat. Sebagai penyalur komunikasi di pemerintah daerah, Humas harus bisa membangun relasi yang kondusif. Dalam membangun hubungan dengan pihak eksternal maupun pihak internal Humas memiliki strategi tersendiri. Menurut Kasali dalam Aziz

¹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)

Humas memberikan kontribusinya dalam proses *strategic management*, melalui dua cara yaitu: Pertama, melakukan tugasnya sebagai bagian dari *strategic management* ke seluruh organisasi dengan melakukan survey atas lingkungan dan membantu mendefinisikan misi, sarana dan objective organisasi/institusi. Kedua, keterlibatan Humas dalam proses menyeluruh ini akan memberi manfaat yang besar bagi institusi dan sekaligus bagi Humas itu sendiri, khususnya pada tingkat korporat.

Menjalankan tugas yang berhubungan erat dengan masyarakat bukan perkara yang mudah, banyak kondisi di lapangan yang terkadang tidak sesuai dengan apa yang dikira. Sebagai Humas melakukan pendekatan-pendekatan dengan komunikasi verbal maupun non verbal dengan masyarakat menjadi hal yang perlu dilakukan. Oleh sebab itu, menggunakan strategi dalam membangun hubungan baik dengan berbagai pihak tidaklah mudah. Tugas Humas juga tidak hanya membahas tentang pemerintah bersekala jangka pendek tetapi juga bersekala panjang. Jadi, Humas juga perlu menentukan strateginya guna membangun citra yang positif karena Humas membawa nama perintah di mata masyarakat.

Salah satu upaya yang dilakukan Humas di lingkungan pemerintah dengan melakukan penyebaran informasi seputar kegiatan di pemerintah daerah. Informasi yang disebarkan kepada masyarakat juga tidak semua di publis, karena Humas juga memperhatikan aturan yang ada. Seiring berkembangnya teknologi penyebaran informasi dari kegiatan pemerintah bisa dengan mudah sampai ke publik. Sebagai Humas harus bisa mengikuti perkembangan zaman dan melek terhadap media baru, agar tidak gagap teknologi. Sebagian besar pekerjaan Humas berkaitan dengan teknologi jadi, harus cekatan dalam mengolah informasi.

Publik tidak akan mendapat informasi seputar kegiatan pemerintahan jika Humas tidak menyebarkan informasi di media massa. Salah satu tugas Humas adalah memberikan bantuan informasi kepada media. Menurut Iriantara banyak perencanaan program kegiatan Humas, media massa merupakan salah satu yang diperhitungkan dan dipertimbangkan, maka dari itu menjalin hubungan yang baik dan harmonis dengan media massa menjadi hal yang penting dalam kegiatan

²Humas. Seiring berkembangnya zaman media dan Humas memiliki hubungan yang tidak bisa dilepaskan. Keduanya menjalin hubungan simbiosis mutualisme, sehingga antara Humas dengan media sama-sama akan mendapatkan keuntungan dari penyebaran informasi yang di publikasikan.

Fungsi strategis yang dilakukan Humas dalam menyampaikan pesan kepada publik tidak terlepas dari konsep *media relations*. Adanya hal tersebut, ruang lingkup Humas ada dua yaitu ke dalam dan ke luar. Pertama, membina hubungan ke dalam (publik internal), publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR (*Public Relations*) harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negative di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.³ Kedua, membina hubungan keluar (publik eksternal), pada awal perkembangannya, ruang lingkup *Public Relations* hanya sebatas menangani kegiatan yang berhubungan dengan media massa. Bahkan hingga saat ini, banyak pihak yang masih beranggapan bahwa *Public Relations* hanya mengurus wartawan dan media massa. Selain itu, pada awalnya ruang lingkup Humas hanya berkisar pada kegiatan publisitas atau propaganda sehingga orang cenderung memahami PR sama dengan propaganda dan publisitas.⁴ Hubungan yang terjalin dengan publik internal dan eksternal dilakukan oleh Humas guna menegakkan citra institusi dengan adanya keterbukaan informasi dari pemerintah kepada publik luas.

Ruslan mengemukakan *media relations* sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program, kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi Humas dengan pihak publik.⁵ *Media relations* merupakan salah satu ruang lingkup Humas dengan publik eksternal. Oleh karena itu, Humas harus bisa memberikan informasi kepada khalayak publik yang berkaitan dengan kegiatan pemerintah. Informasi seputar pemerintah menjadi konsumsi khalayak yang mana publik dapat menilai kegiatan yang dilakukan oleh pejabat yang ada di pemerintah suatu daerah.

Dulu macam dari *media relations* hanya berfokus pada media massa, kini

² Yosai Iriantara, *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), hal.47

³ R.Ruslan., *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2014), hal.23

⁴ Ropingi El Ishaq, *Public Relations Teori & Praktik*, (Malang: Instrans Publishing, 2017), hal.20

⁵ R.Ruslan., *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2014), hal.167-168

dari waktu ke waktu *media relations* yang digunakan oleh Humas sudah merambah ke media elektronik, dengan menggunakan *cyber* sehingga muncul kehadiran PR-online yang dapat menggunakan internet. Adanya *media relations* ini, membuat kekuatan bagi media massa untuk menyampaikan pesan pada publik tentang kegiatan pemerintah daerah namun, ada juga hal lain yang dapat membangkitkan fungsi dari media massa itu sendiri. Humas di lingkungan pemerintahan memiliki peran penting bagi masyarakat, tanpa adanya Humas informasi seputar di pemerintah tidak akan sampai ke publik. Begitu juga dengan adanya peran media yang membantu Humas dalam menyalurkan informasi kepada publik secara luas.

Masyarakat juga memahami apa saja yang menjadi hak-haknya sebagai warga yang salah satunya membutuhkan informasi dari pemerintah. Sebagai pelayan publik, Humas juga perlu membagikan informasi untuk adanya transparansi antara pihak pemerintah dengan publik. Penyebaran informasi seputar pemerintah juga harus terjaga dan terkontrol agar tidak menimbulkan berita hoax yang kian marak. Masyarakat juga dituntut jeli dalam memilih informasi sebab, informasi yang beredar di dunia maya seringkali diterima tanpa mencari tahu kebenaran dari berita yang viral.

Fungsi pokok Humas pemerintah di Indonesia pada dasarnya mengamankan kebijaksanaan pemerintah dalam memberikan pelayanan, menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan program-program kerja secara nasional kepada masyarakat. Humas yang notabennya sebagai komunikator sekaligus mediator dapat menjembatani antara kepentingan instansi dengan memperhatikan keinginan-keinginan publik. Menjaga keadaan yang kondusif serta menjaga kestabilan di dunia pemerintahan juga salah satu peran Humas.

Dalam dunia demokrasi, penggunaan media massa dan siapa yang mampu menguasai media tersebut akan berada di puncak dari suatu persaingan. Saluran komunikasi melalui media massa tidak bisa dielakkan lagi karena telah memiliki keunggulan dibanding media lainnya, apalagi di zaman sekarang sudah makin canggih dengan adanya media online. Ketika organisasi dipandang penting oleh media massa lokal, maka Humas dapat membuat langkah besar menuju

keberhasilan program dan kegiatan yang diselenggarakan organisasi.⁶ Keberhasilan dalam membangun komunikasi yang baik dengan media massa merupakan keberhasilan pihak pejabat *public relations* dalam memperoleh dukungan, pengertian, kepercayaan, partisipasi dan kerjasama lainnya dari semua *stakeholder*.⁷

Menggunakan cara dan strategi yang tepat dalam membina hubungan dengan media juga dapat mempengaruhi keberhasilan publisitas dari Humas itu sendiri. Adanya publikasi dari pemberitaan seputar pemerintahan yang menerapkan *one day one report* (satu hari satu berita) akan menumbuhkan tingkat kepercayaan publik terhadap suatu institusi. Media massa telah memudahkan publik untuk mendapatkan akses mencari informasi sehingga publik juga dapat memilih informasi yang diinginkan. Oleh sebab itu, Humas dituntut dapat memberikan informasi kepada publik seputar kegiatan pemerintahan secara menyeluruh. Pemerintah Kabupaten Trenggalek merupakan organisasi dan penyelenggara pemerintahan secara administratif. Pembangunan dan pengembangan daerah di Pemerintahan Kabupaten Trenggalek dari segi penyebaran informasi dituntut dapat ditingkatkan agar menjadi konsumsi khalayak.

Kegiatan pemerintah di Kabupaten Trenggalek dari tahun ke tahun mengalami perubahan dari segi publikasi keterbukaan informasi. Humas Pemkab Trenggalek selaku pemegang informasi untuk disebarluaskan kepada publik harus mengikuti arus teknologi agar publik mendapatkan informasi. Media sosial yang dikelola Humas Pemkab Trenggalek dalam menyebarkan informasi kegiatan pemerintah daerah Trenggalek menjadi sering mengupdate kegiatan, dan diberikan *press relase* melalui kolom komentar jika menggunakan instagram. Berita terkait pemerintah Trenggalek semakin menarik perhatian media bahkan publik ketika pemerintah Kabupaten Trenggalek mulai dipimpin oleh Bupati Emil Dardak pada tahun 2016 sampai 2019. Banyak kegiatan yang di buat oleh Humas Pemkab Trenggalek yang membutuhkan media sebagai penyalur informasi kepada publik. Ketika HUT Kabupaten Trenggalek diselenggarakan pada masa Bupati Emil banyak kegiatan yang mengundang penyanyi papan atas Indonesia seperti Lyla

⁶ Yosai Iriantara, *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), hal.28

⁷ R.Ruslan., *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2014), hal.91

Band, Letto Band dan lain-lain. Trenggalek semakin eksis dan banyak diminati oleh berbagai kalangan, yang dulu Trenggalek jarang dikenali oleh masyarakat umum, kini perlahan-lahan mulai dikenal publik dari luar Trenggalek dari adanya publikasi.

Walaupun, pada tahun 2019 hingga kini Bupati Trenggalek digantikan oleh Gus Ipin, terkait publikasi kegiatan pemerintah Trenggalek menjadi semakin santer melalang buana di berbagai media massa. Seperti pemberitaan terkait reward yang diraih Pemkab Trenggalek dalam keterbukaan informasi. Dalam melakukan kinerjanya Gus Ipin menginginkan adanya transparansi informasi terhadap publik sehingga hubungan antara pemerintah daerah yang diwakilkan oleh Humas sebagai sumber informasi dapat tetap terjalin dengan baik dengan rekan media.

Pemerintah Kabupaten Trenggalek dalam segi keterbukaan informasi patut diapresiasi, terbukti pada tahun 2018 dan 2019 mendapatkan reward dari Komisi Informasi Provinsi Jawa Timur dalam Penganugerahan Keterbukaan Informasi Publik Jawa Timur 2019 PPID Award. Adapaun katagori yang didapatkan pada tahun 2018 adalah predikat Badan Publik Cukup Informatif. Pada tahun 2019 Kabupaten Trenggalek mendapatkan kategori Badan Publik Menuju Informatif. Dengan adanya penghargaan tersebut, kinerja Humas pemerintah Kabupaten Trenggalek tidak terlepas dari peran aktif dari masyarakat Kabupaten Trenggalek dalam menyampaikan aspirasi dan keluhan terhadap pelayanan publik yang ada di Kabupaten Trenggalek.

Kini pejabat daerah Kabupaten Trenggalek sering melakukan komunikasi serta mengundang media luar Trenggalek atau pihak media datang sendiri untuk meliput kegiatan yang ada di pemerintah Kabupaten Trenggalek. Kegiatan publikasi yang kini sering dilakukan oleh Humas membuat memudahkan publik dalam memperoleh informasi. Kegiatan yang dapat dipublikasikan oleh Humas di Pemkab Trenggalek melalui media seperti bidang pembangunan, pemerintahan, ekonomi, kesejahteraan sosial, kesehatan dan lain sebagainya. Sebagai contoh pemberitaan terkait Covid 19, awal tahun 2020 Indonesia mengalami musibah dimana Covid 19 telah masuk di tanah air. Covid 19 membawa perubahan dari berbagai sektor sehingga masyarakat banyak yang terdampak dengan adanya musibah tersebut. Setiap hari selalu ada pemberitaan mengenai Covid 19 baik yang positif, sembuh, adanya bantuan di masa pandemi dan lain sebagainya. Sekitar

bulan Maret 2020 di Trenggalek dihebohkan dengan adanya Covid 19 yang mana warga Trenggalek ada yang dinyatakan positif Covid. Keadaan ini, membuat masyarakat menjadi resah, ketakutan dan sangat memerlukan informasi terbaru seputar perkembangan Covid 19 yang ada di Kabupaten Trenggalek. Wilayah Trenggalek sempat menjadi nomor satu se-Jawa Timur akibat banyaknya yang terkena Covid 19 ini. Peran pemerintah sangat ditunggu-tunggu oleh masyarakat sebagai penyalur informasi terkait Covid 19. Banyak aturan pemerintah yang diberikan kepada masyarakat sejak Covid memasuki Trenggalek seperti, adanya *chek poin* di wilayah perbatasan Trenggalek dengan Kabupaten lain, penertiban warung-warung dan tidak memperbolehkan warga Trenggalek keluar masuk Kabupaten lain jika tidak memiliki surat Rapid. Salah satu tugas Humas Trenggalek guna mencegah penularan Covid 19 adalah melakukan kampanye seputar himbauan agar tetap mematuhi protokol kesehatan. Aturan ini sangat ketat, sehingga guna menyalurkan informasi tersebut Humas juga memerlukan bantuan media sebagai penyalur informasi kepada publik secara meluas.

Memasuki era “*new normal*” kegiatan di pemerintah Trenggalek tetap dilaksanakan seperti memberikan sosialisasi kepada masyarakat untuk produktif di tengah pandemi, adanya pesta demokrasi pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Trenggalek, dan kegiatan sosial lainnya guna mencegah Covid 19. Kegiatan tersebut berpotensi menimbulkan kerumunan, guna mencegah hal tersebut Humas perlu memberikan pernyataan agar tetap mematuhi protokol kesehatan melalui media cetak, media elektronik, dan media sosial untuk masyarakat. Menyebarluaskan informasi seputar Covid 19 Humas Pemkab Trenggalek juga bekerjasama dengan pihak internal maupun eksternal karena perlu disadari, musibah ini dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Oleh sebab itu, pemerintah wajib melindungi rakyatnya dengan menyebarluaskan informasi tentang Covid 19 ini guna meminimalisir penularan Covid 19 yang ada di Trenggalek.

Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek menyadari bahwa kegiatan yang ada di pemerintahan jika tidak di publis di berbagai media massa sama saja tidak ada gunanya. Kerja keras yang dilakukan Pemerintah Trenggalek semua juga untuk kelangsungan hidup rakyat. Derasnya saluran informasi melalui media massa juga tidak menutup kemungkinan tidak menjamin adanya *feedback* yang bagus dari

masyarakat. Munculnya pemberitaan yang kurang baik bagi suatu instansi dapat mempengaruhi opini publik dan dapat menurunkan kualitas institusi di dalam masyarakat. Sebagai contoh media sosial Instagram milik Pemkab trenggalek yang dikelola oleh Humas juga sering tidak menanggapi opini publik. Keadaan ini jika terus menerus dibiarkan akan membawa dampak negatife bagi nama institusi dan akan berpengaruh dalam tingkat kepercayaan publik terhadap kinerja Pemkab Trenggalek. Tugas dari Humas Trenggalek adalah sebagai penyalur komunikasi bagi berbagai pihak agar informasi yang diseberkan tidak menjadi kebingungan bagi publik.

Dengan adanya penelitian ini memberikan manfaat bagi publik dalam mempermudah dalam memperoleh informasi terkait kegiatan yang ada di pemerintah daerah Trenggalek. Selanjutnya sebagai pelayanan Humas kepada publik dalam memberikan ruang untuk menyalurkan opini serta aspirasi publik terhadap kinerja pemerintah daerah Trenggalek. Selain itu, guna memberikan informasi kepada masyarakat luas terkait penerapan strategi *media relations* Humas Pemkab Trenggalek sebagai sarana komunikasi publik. Dengan demikian, berdasarkan uraian tersebut Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek perlu meningkatkan dalam melakukan penyebaran informasi melalui media. Dari fenomena di atas peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek sebagai sarana komunikasi publik di masa pandemi pada tahun 2020.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan untuk menarik fokus penelitian, dengan fokus penelitian yaitu sebagai berikut: “Bagaimana strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek yang digunakan sebagai sarana komunikasi kepada publik di masa pandemi pada tahun 2020 ?”.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelayanan yang diberikan Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek terhadap media.

2. Untuk mengetahui gambaran umum yang dilakukan Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek dalam membangun reputasi sebagai orang yang dipercaya.
3. Untuk mengetahui aktivitas Humas Pemkab Trenggalek dalam menyediakan salinan yang baik.
4. Untuk mengetahui bentuk kerjasama Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek dalam penyedia bahan untuk media.
5. Untuk mengetahui aktivitas Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek dalam menyediakan fasilitas yang memadai bagi media.
6. Untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek dalam membangun hubungan personal dengan media.

D. Manfaat Penelitian

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek di masa yang akan datang, khususnya pada strategi *media relations*.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat membantu perancangan strategi *media relations* untuk Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek yang lebih baik kedepannya.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi masyarakat luas tentang strategi *media relations* Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek.

E. Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah, permasalahan yang dihadapi tidak terlalu luas, maka perlu dilakukan batasan masalah yaitu:

1. Mendeskripsikan strategi *media relations* yang digunakan Humas Pemkab Trenggalek sebagai komunikasi publik dengan menggunakan teori strategi *media relations* Frank Jefkins.
2. Mendeskripsikan strategi *media relations* pada pemberitaan di masa pandemi Covid 19 di Kabupaten Trenggalek pada tahun 2020.
3. Periode pemberitaan di masa pandemi Covid 19 di Kabupaten Trenggalek pada bulan April sampai Juli tahun 2020.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki fungsi sebagai salah satu acuan bagi penulis untuk melakukan penelitian sehingga peneliti dapat mengetahui dan memperkaya teori yang akan dipilih. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji riset penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (tesis, disertasi, skripsi hingga jurnal-jurnal nasional maupun internasional). Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan judul yang sama namun menemukan beberapa skripsi maupun jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini, diantaranya:

Pertama, penelitian yang berjudul **“STRATEGI MEDIA RELATIONS PERUSAHAAN PERTAMBANGAN TIMAH DAN AGENDA SETTING MEDIA DI BANGKA BELITUNG”** oleh Iswandi Syahputra pada tahun 2018 mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatoris. Data penelitian diperoleh melalui pengamatan dan partisipasi semi tertutup serta wawancara dengan sejumlah informan yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Penelitian yang dilakukan Iswandi membahas tentang strategi *media relations* yang digunakan oleh perusahaan pertambangan timah di provinsi Bangka Belitung dalam menyusun *agenda setting* media. Hasil dalam penelitian ini adalah media massa sebagai institusi ekonomi digerakkan melalui prinsip transaksional. Relasi antara faktor internal dan eksternal tersebut digambarkan sebagai hal yang dapat menyusun *agenda setting*. Sedangkan yang ditulis oleh penulis sama membahas media relations namun teori dan tempat penelitian berbeda, yaitu fokus penulis adalah Pemkab Trenggalek.

Kedua, penelitian dengan judul **“STRATEGI MEDIA RELATIONS PT. PELABUHAN TANJUNG PRIOK DALAM MENANGGAPI KRISIS”** oleh Andi Refandi Febriyansyah, Maylanny Christin, Ayub Ilfandy Imran pada tahun 2016 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Telkom. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi langsung penelitian di PT. Pelabuhan Tanjung Priok dan juga didukung oleh data dokumentasi dari perusahaan. Penelitian ini

membahas tentang strategi hubungan media PT.Pelabuhan Tanjung Priok dalam menanggapi krisis yang dihadapi oleh perusahaan induk. Fokus penelitian milik Andi dkk dengan penulis berbeda yaitu penulis melakukan penelitian pada komunikasi publik.

*Ketiga, penelitian dengan judul **“STRATEGI MEDIA RELATIONS LEVEL 21 MALL DALAM MENGAHADAPI PUBLISITAS NEGATIF”** oleh Grace Cecilia Tanoko, Titi Nur Vidyarini, Monica Rusdianto pada tahun 2018 mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif metode studi kasus dengan menggunakan teori mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan. Penelitian ini membahas strategi media relations Level 21 Mall dalam menghadapi publisitas negative. Hasil dari penelitian ini adalah dalam segi mengembangkan strategi manajemen Level 21 Mall mengadakan press conference, membuat pemberitaan kreatif dan membuat special events. Dalam mengembangkan jaringan, manajemen Level 21 Mall berkoordinasi dengan pihak eksternal guna mendapatkan informasi yang mutakhir. Fokus teori dari penelitian milik Grace dkk berbeda dengan fokus penulis, penulis menggunakan teori strategi media relations yaitu melayani media, membangun reputasi sebagai orang yang dipercaya, menyediakan Salinan yang baik, bekerja sama dalam penyediaan materi, menyediakan fasilitas yang memadai, dan membangun hubungan personal yang kokoh.*

*Keempat, penelitian dengan judul **“STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI UTARA UNTUK MENINGKATKAN CITRA POSITIF”** oleh Redianto Sinaga pada tahun 2017 mahasiswa magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatra Utara, Medan. Penelitian ini menggunakan paradigm konstruktivisme dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian membahas tentang media relations yang diterapkan dalam menjalin hubungan media, hambatan-hambatan yang dihadapi dalam menjalankan strategi media relations tersebut maupun model hubungan yang tercipta antara Humas Dengan Media. Fokus penulis berbeda dengan penelitian milik Redianto karena, penulis membahas strategi media relations Humas Pemkab Trenggalek sebagai sarana komunikasi*

publik, sedangkan milik Redianto membahas mengenai meningkatkan citra positif Pemkab Tapanuli.

Kelima, "**STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMERINTAH KOTA BUKIT TINGGI DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN YANG BAIK DENGAN MEDIA MASSA LOKAL**" oleh Dhira Mayasari pada tahun 2016 mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles & Huberman melalui reduksi, penyajian data dan verifikasi. Penelitian ini membahas tentang penggambaran strategi media relations Humas Pemerintah Kota Bukit Tinggi dalam membangun hubungan yang baik dengan massa. Hasil dari penelitian tersebut adalah humas Kota Bukit Tinggi melakukan berbagai taktik dengan cara mengembangkan materi PR untuk media massa lokal dalam kegiatan liputan, menggunakan berbagai media, dan memosisikan pimpinan (walikota) sebagai narasumber untuk media massa lokal. Penelitian Dhira dengan penulis ada perbedaan, fokus penulis dengan menggunakan analisis data dengan menggunakan teori melayani media, membangun reputasi sebagai orang yang dipercaya, menyediakan salinan yang baik, bekerjasama dalam penyediaan bahan, menyediakan fasilitas verifikasi dan membangun hubungan personal dengan media

G. Kerangka Konsep Penelitian

1) Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek

Kabupaten Trenggalek adalah salah satu kabupaten yang ada di Jawa Timur walaupun, banyak publik yang tidak mengetahui letak dari kabupaten ini tidak membuat patah semangat dalam bekerja bagi orang-orang Trenggalek. Salah satu pekerjaan yang ada di instansi pemerintahan di Kabupaten Trenggalek yaitu sebagai Humas. Humas merupakan kepanjangan dari Hubungan Masyarakat yang mana devisi Humas ini ada di instansi pemerintahan, swasta, maupun pendidikan. Jika Humas di instansi swasta sering dikenal dengan *Public Relations* (PR) namun, diantara keduanya tidak ada perbedaan dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Humas di dalam pemerintahan memiliki kedudukan untuk membantu Bupati dan Wakil Bupati jadi tidak heran jika seorang praktisi Humas harus mengetahui apa saja yang berkaitan di wilayah pemerintahannya. Salah satu tugas dari Humas adalah membangun hubungan dengan publik internal dan publik eksternal. Maka dari itu, menjalin relasi dengan berbagai pihak membutuhkan strategi komunikasi yang baik. Menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan harus mudah dipahami. Dalam menyampaikan pesan seorang praktisi Humas juga memerlukan media atau tempat sebagai penyaluran pesan.

2) Strategi *Media Relations*

Kegiatan Humas dalam melakukan membangun hubungan dengan publik internal maupun publik eksternal memerlukan media. Tugas dari Humas yaitu memberikan informasi kepada publik dengan bantuan pihak media. Dalam melayani publik, Humas perlu melakukan strategi yang baik guna mendukung pesan sampai kepada masyarakat. Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Strategi sering dilakukan oleh instansi dalam melakukan sesuatu hal dalam berkegiatan di devisinya. Melakukan pekerjaan tanpa adanya strategi atau perencanaan sama saja akan mengalami kesulitan. Adanya kerjasama antara Humas dan media inilah yang disebut sebagai *media relations*. Strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas akan efektif apabila dilakukan dengan tepat. Prinsip dari adanya Humas adalah dapat meningkatkan, memelihara dan menciptakan citra bagi institusi kepada public. Oleh sebab itu, adanya hubungan baik membangun strategi *media relations* antara Humas dan pihak media guna menunjang kebutuhan institusi yang diharapkan.

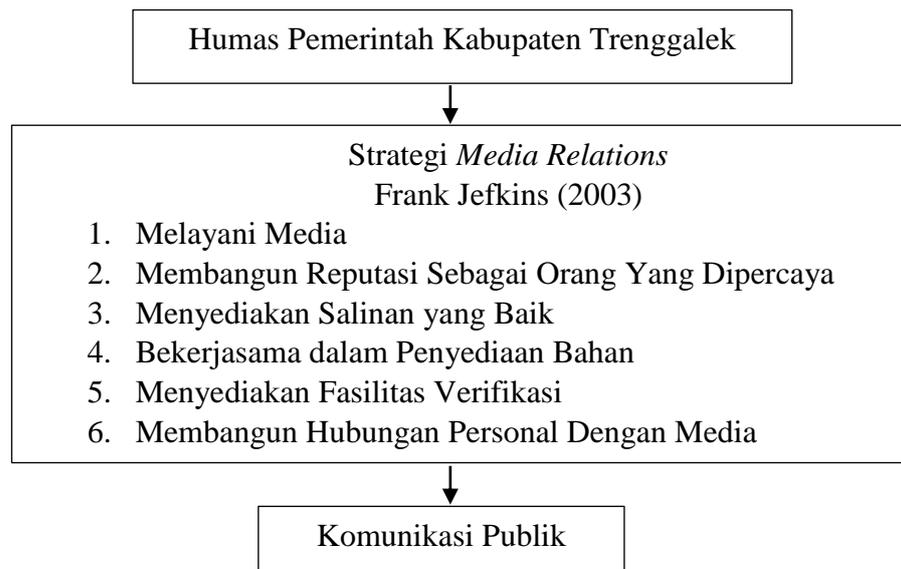
3) Komunikasi Publik

Komunikasi adalah penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan. Pesan akan tersampaikan dengan baik apabila penerima pesan merespon dengan baik. Berkomunikasi juga masih dianggap remeh bagi sebagian orang, nyatanya masih ada saja yang salah persepsi jika seseorang melontarkan suara dengan nada tinggi dikira seseorang tersebut sedang

marah. Padahal hal tersebut belum tentu kebenarannya. Dimasa seperti ini, teknologi juga semakin canggih. Publik jadi suka berkomunikasi lewat media elektronik khususnya media sosial. Kegiatan sosial di dalam publik pun seketika berubah, jika dulu publik jika ingin mendapatkan informasi atau berita harus membeli dan membaca koran. Mendengarkan radio dan melihat televisi juga kegiatan rutin yang dilakukan oleh kakek, nenek, bahkan orang tua kita dizaman dulu.

Namun semua mulai berangsur berubah, informasi kini sudah bisa diakses melalui telepon genggam atau HP. Informasi yang ingin kita cari di *google* akan mudah di dapat. Maka tidak heran jika berita hoax juga kian marak. Pemberitaan dari institusi pemerintahan, pendidikan, perusahaan swasta baik dari segi ekonomi, sosial, politik dan lain sebagainya juga akan mudah didapat. Hal tersebut yang membuat adanya transparansi di suatu institusi. Sebagai contoh kegiatan blusukan yang dilakukan oleh kepala daerah di kota X maka, pemberitaan tersebut jika dipublis di media online akan menjadi konsumsi publik dan publikpun juga akan membuat opininya masing-masing. Ada yang pro dan juga ada yang kontra begitulah realitas kehidupan, apapun kegiatan yang diunggah melalui media akan menjadi komunikasi publik.

Table 1. Kerangka Konsep Penelitian



Sumber: Data Peneliti

H. Operasional Konsep

1) Melayani Media

Melayani media dalam menjalankan strategi *media relations* ada dua bentuk yaitu secara tulisan dan layanan masyarakat. Pertama, memberikan *press release* untuk menyalurkan fakta dan pandangan dari perusahaan atas suatu permasalahan, maupun dalam bentuk foto, *captions*, dan artikel yang memiliki nilai berita tinggi. Kedua, tulisan *public relations* yang memberitakan tentang tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Memahami dan melayani media menjadi tugas *public relations* dalam menyediakan dan memberikan informasi kepada media masa dan selalu siap ketika media massa membutuhkan informasi tersebut.

2) Membangun Reputasi Sebagai Orang Yang Dipercaya Media

Dalam meningkatkan reputasi insitusi *public relations* melakukan mengirim tulisan berupa *straight, news, feature* kepada media massa. Informasi perusahaan dibuat dalam tulisan *corpotorial*, berupa informasi kegiatan positif yang dilakukan perusahaan ataupun kegiatan pengabdian masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) berupa tulisan *advertorial, infotorial*, dan artikel berisi opini tentang suatu permasalahan dengan menyediakan narasumber atau pakar dari perusahaan yang memiliki kredibilitas dalam memberikan jawaban untuk kasus tertentu yang ada di masyarakat. *Public Relations* dapat memberikan klarifikasi yang didukung fakta sebenarnya apabila perusahaan sedang dalam masalah. Membangun reputasi yang dapat dipercaya juga didukung *media relations* tulisan berupa:

- a) Menempatkan potongan opini dikoran lokal, dengan menaruh opini diperusahaan pada perusahaan pada surat kabar lokal didaerah tersebut.
- b) Mengirim surat ke editor lokal, PR membuat surat atau tulisan yang dikirim ke editor sebagai peluang publisitas.
- c) Publikasi internal, Laporan berkala, penulisan PR ditunjukkan untuk pihak internal perusahaan.
- d) Website dan Instagram, adalah media komunikasi tulis untuk menyampaikan informasi institusi secara lengket dan menarik.

3) **Menyediakan Salinan yang Baik**

Dengan memasok naskah informasi artikel berupa opini atau pendapat tentang suatu permasalahan. Disertai teks dan gambar, foto yang dapat menjadi *news relase*. Didukung *press release* untuk menyalurkan fakta dan pandangan dari perusahaan atas suatu permasalahan, foto captions dan artikel yang memiliki nilai berita tinggi.

4) **Bekerjasama dalam Penyediaan Bahan**

Kerjasama dalam menyediakan bahan informasi, PR dituntut menghargai ketepatan waktu dan menghargai kedatangan wartawan maupun media massa, didukung *media relations event* dengan mengundang media massa.

5) **Menyediakan Fasilitas Verifikasi**

Memberikan rasa nyaman kepada wartawan saat melakukan peliputan di perusahaan. Menyediakan fasilitas verifikasi dengan memeberikan fasilitas material berupa ruang untuk liputan ataupun internet saat wartawan berada di perusahaan. Menyediakan fasilitas verifikasi berupa klarifikasi atau penjelasan atas suatu permasalahan yang dibuat wartawan didukung dengan media relations event berupa press coference perusahaan untuk menjelaskan permasalahan di perusahaan kepada jurnalis, bertujuan untuk memperbaiki citra perusahaan yang sempat memburuk.

6) **Membangun Hubungan Personal Dengan Media**

Suatu hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerja sama dan sikap saling menghormati profesi masing-masing.⁸

I. **Metode Penelitian**

1) **Deskriptif Kualitatif**

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif dengan mengungkapkan bahwa penelitian sosial dapat dilakukan melalui pendekatan antara penulis dengan informan. Menurut Moleong penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian

⁸ Frank Jefkins, *Public Relation, Edisi Kelimai*. (Jakarta: Erlangga, 2003), hal.116-117

misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara historik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁹ Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.¹⁰

Metode kualitatif dilakukan dengan cara mencari teori bukan menguji teori maka dari itu, metode ini menitik beratkan pada observasi yang membuat peneliti dan informan menjadi saling terbuka untuk bertukar informasi yang ingin di cari. Hal ini bisa terjadi karena, peneliti terjun langsung ke lapangan guna mendapatkan informasi yang diperlukan. Pendekatan seperti ini bisa saja membutuhkan waktu yang lama karena tidak semua informan mudah untuk memberikan informasi yang dicari oleh peneliti. Selain observasi juga perlu adanya pengamatan secara mendalam dengan melakukan analisis- analisis yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti.

Metode kualitatif deskriptif ini menggunakan studi fenomenologi sebagai penelitian yang melihat realitas kehidupan di sekitar lingkungan manusia. Analisis dalam studi fenomenologi ini tertuju pada realitas sosial di dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Schutz dalam Mulyana fenomenologi adalah pemahaman atas tindakan, perilaku, ucapan, dan interaksi yang merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial apapun. Pengamatan fenomenologi ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam mengenai pengalaman dan makna yang diketahui dari subyek.¹¹ Penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara kepada informan guna mendukung keabsahan data bagi peneliti.

Dipilihnya jenis penelitian kualitatif deskriptif karena sesuai dengan tujuan peneliti yaitu dengan menjelaskan serta menggambarkan penggunaan strategi *media relations* Humas Pemkab Trenggalek sebagai

⁹Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hal.6

¹⁰Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), hal.7

¹¹Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008) hal.62

komunikasi publik. Penelitian deskriptif menjelaskan fenomena yang sedang terjadi atau sudah terjadi secara alamiah. Penelitian ini tidak melakukan manipulasi atau mengubah pada variable bebas, tetapi lebih menjelaskan situasi yang terjadi apa adanya.

2) Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Wawancara merupakan data primer bagi penelitian ini. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari narasumber atau informan. Dalam penelitian ini, penulis memilih subyek penelitian atau *key informan* adalah subjek pertama Bapak Mudiono selaku Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Trenggalek, subjek kedua Rudi Yuni dari media Suara Indonesia, dan subjek ketiga Herman dari Harian Bangsa guna memperoleh informasi dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka. Wawancara dengan Pak Mudiono dilakukan di kantor Diskominfo Trenggalek, sedangkan Pak Rudi dan Pak Herman dilakukan wawancara di gedung DPRD Kabupaten Trenggalek. Menurut Moleong informan adalah orang yang memanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Pengambilan subyek penelitian dilakukan secara *purposive sampling*.¹² Menurut Sugiyono *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹³ Jadi dalam pemilihan subyek penelitian ini tidak sembarang memilih informan melainkan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam proses wawancara, peneliti menggunakan daftar pertanyaan yang sudah dibuat secara sistematis sebagai *interview guide*.

b) Observasi

Data sekunder merupakan data tambahan yang diperlukan peneliti sebagai penunjang dari keabsahan data. Data sekunder dalam penelitian ini

¹² Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hal.132

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2015), hal.84

adalah observasi media sosial yang digunakan Humas Pemkab Trenggalek dalam memberikan informasi kepada publik seperti instagram, website, twitter, youtube, dan facebook Humas Pemkab Trenggalek yang dikelola oleh Diskominfo Kabupaten Trenggalek. Selain itu, juga melakukan observasi terhadap pemberitaan media online dari Suara Indonesia, media Harian Bangsa serta media lain yang terkait berita di masa pandemi pada tahun 2020 di Kabupaten Trenggalek. Kegiatan ini untuk mengetahui timbal balik dari informasi yang telah diunggah dari informan. Untuk memperkaya data, peneliti mengumpulkan data data yang berkaitan dengan strategi *media relations* Humas Pemkab Trenggalek sebagai sarana komunikasi publik di berbagai situs. Observasi ini dilakukan dengan cara mengamati serta mencermati bahasa komunikasi yang disampaikan melalui media massa baik secara verbal maupun non verbal. Dari berbagai media massa yang digunakan oleh Humas Pemkab Trenggalek dalam menyebarkan informasi pasti memiliki ciri khas masing-masing dalam menyampaikan pesan yang diunggah. Peneliti mendapatkan temuan saat observasi di lapangan yaitu, ketika media akan mempublikasikan berita maka pihak dari media terkadang menginginkan kroscek dari pihak Humas Pemkab Trenggalek agar berita yang akan disebarluaskan tidak salah. Dengan hal tersebut pengamatan seperti ini membantu peneliti untuk mendapatkan informasi yang detail untuk dijadikan bahan penelitian.

c) Analisis Dokumen Media

Dalam penelitian, dokumentasi menjadi pelengkap dari sebuah penelitian. Analisis dokumen ini perlu dilakukan guna mendukung informasi, menjawab pertanyaan-pertanyaan dari permasalahan dan sebagai bukti dari identifikasi fenomena dari objek penelitian. Adanya dokumen media ini membantu peneliti untuk menganalisa banyak hal yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumen media terkadang sulit untuk didapatkan karena hanya dimiliki oleh informan. Keterbatasan dokumen yang ada pada objek penelitian perlu dipahami dan di pilih yang mana memungkinkan untuk dijadikan bahan pendukung data. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari Bapak Mudiono Kepala Bidang Informasi dan

Komunikasi Publik Dinas Kominfo Trenggalek berupa berita seputar Pemkab Trenggalek di masa pandemic pada tahun 2020 di beberapa media cetak dan media online.

d) Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data-data yang dijadikan penelitian, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data. Analisis data dalam metode kualitatif dapat dilakukan sebelum, selama, hingga penelitian sudah selesai. Menurut Miles dan Huberman dikutip Emzir analisis data dalam metode kualitatif dibagi menjadi 3 yaitu:¹⁴

1. Reduksi Data (*date reduction*)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting dicari pola temanya. Produksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Tahapan-tahapan reduksi dapat meliputi: (1) membuat ringkasan, (2) mengkode, (3) menelusur tema, (4) membuat gugus-gugus, (5) membuat partisi, (6) menulis memo.

2. Model Data (*date display*)

Penyajian data berarti me-display atau menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain sebagainya. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif, ini dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

3. Penarikan atau verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing and verification*)

Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

¹⁴ Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: PT. Raja Grafinda, 2012) hal.129-133

Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas, dan dapat berupa hubungan kausal/interaktif dan hipotesis/teori.