

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

*Public Relations* adalah sebagai fungsi manajemen komunikasi antara organisasi dan publik, baik publik eksternal maupun internal. Keberadaan *public relations* (PR) atau di Indonesia yang lebih dikenal dengan sebutan Humas sudah banyak dilirik oleh organisasi untuk menempatkan posisi *public relations* ke dalam structural organisasi, baik organisasi *profit* maupun *non profit*. Tentu, tujuan dari diadakannya PR ini adalah untuk kemajuan organisasi itu sendiri.

Saat ini, di era pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, praktisi *public relations* dirasa sangat perlu menggandeng media massa sebagai instrument dalam manajemen komunikasi guna kepentingan-kepentingan organisasinya dalam melancarkan informasi kepada publik. Publik yang menerima informasi tentu akan menghasilkan persepsi dan opini-opini yang tentu pula akan berpengaruh terhadap organisasi.

Pada dasarnya *public relations* merupakan proses komunikasi kepada publik untuk menjalin relasi yang baik sehingga tercapai tujuan untuk membangun, membina, dan menjaga citra yang positif. Kita yang hidup dalam masyarakat komunikasi massa seperti saat ini, sangat menggantungkan kebutuhan informasi pada media massa, maka kegiatan komunikasi dalam konteks *public relations* pun banyak memanfaatkan kehadiran media massa

untuk berkomunikasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Media massa sangatlah penting bagi kegiatan dan program *public relations*.<sup>1</sup>

Di era komunikasi, era informasi, serta era perang citra saat ini, baik organisasi yang bersifat *non-profit* dan *profit* sadar akan keberadaan *public relations* atau humas. Tujuannya adalah untuk menciptakan rasa saling pengertian antara pihak organisasi dan publik, sehingga tercipta citra positif serta dukungan dan simpati publik terhadap keberadaan suatu organisasi. Karena kegiatan kehumasan merupakan mediator yang menjembatani kepentingan komunikasi dan informasi dengan lembaga lain bahkan khalayak sasarannya.<sup>2</sup>

Informasi-informasi yang disebarakan *public relations* terkait organisasi kepada publik melalui media massa adalah bentuk dari manajemen komunikasi yang dilakukan *public relations* guna menciptakan opini publik yang kemudian akan melahirkan citra terhadap organisasi. Publikasi di media massa yang dilakukan oleh *public relations* perlu dikelola seefektif mungkin guna menghasilkan persepsi serta opini dari publik yang bersifat positif bagi organisasi. Artinya, harus memahami terlebih dahulu informasi apa yang sekiranya dibutuhkan publik, dan yang akan menguntungkan organisasi.

---

<sup>1</sup><https://media.neliti.com/media/publications/78791-ID-strategi-media-relations-hotel-grand-dar.pdf>  
(06 September 2019)

<sup>2</sup> Ardianto, Elvinaro, *Handbook of public Relations*. Simbiosis Rekatama Media, 2011. Hlm 18

Maka dari itu, sangat menarik tema mengenai “*Pemanfaatan Media Relations dalam Mengelola Publisitas di Media Massa guna Membangun Citra Positif*” ini untuk diangkat ke dalam penelitian.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka benang merah yang ingin diurai pada penelitian ini dan sekaligus menjadi fokus dari penelitian ini adalah “*Bagaimana Pemanfaatan Media Relations Humas Pemerintah Kota Jambi dalam Mengelola Publisitas di Media Massa guna Membangun Citra Positif Periode Maret 2020 – Mei 2020?*”

Dalam penelitian kualitatif, akan terjadi tiga kemungkinan terhadap “masalah” yang dibawa peneliti oleh peneliti dalam penelitian. Yang pertama, masalah yang dibawa oleh peneliti tetap, sehingga sejak awal sampai akhir penelitian sama. Yang kedua, masalah yang dibawa peneliti setelah memasuki penelitian berkembang yaitu memperluas atau memperdalam masalah yang telah disiapkan. Dengan demikian tidak terlalu banyak perubahan, sehingga judul penelitian cukup disempurnakan. Yang ketiga, masalah yang dibawa peneliti setelah memasuki lapangan berubah total sehingga harus “ganti” masalah. Dengan demikian, judul proposal dengan judul penelitian tidak sama dan judulnya diganti. Dalam institusi tertentu, judul yang diganti ini sering mengalami kesulitan administrasi. Oleh karena itu, institusi yang menangani

penelitian kualitatif harus mau dan mampu menyesuaikan dengan karakteristik masalah kualitatif ini.<sup>3</sup>

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

- 1 Mendeskripsikan aktivitas *Public Relations* Pemerintah Kota Jambi dalam menjalankan *media relations*.
- 2 Mendeskripsikan media massa apa saja yang sering dijadikan instrumen dalam kegiatan publikasi.
- 3 Mendeskripsikan efektivitas penggunaan dan pemanfaatan *media relations* dalam pembentukan citra positif bagi organisasi.

### **D. Manfaat Penelitian**

- 1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini kedepannya kiranya dapat menjadi bahan rujukan atau dengan kata lainnya sebagai informasi tambahan bagi akademisi yang mempunyai kepentingan untuk penelitian pada bidang *public relations* khususnya, dan komunikasi umumnya.

- 2 Manfaat Praktis

Bagi Humas Pemerintah Kota Jambi & Universitas Mercu Buana Yogyakarta:

---

<sup>3</sup> Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, 2017. Hlm 205

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak Pemerintah Kota Jambi dan juga bisa dijadikan bahan evaluasi dalam praktik *media relations* yang sudah dilakukan.
- b. Dapat menjadi pijakan bagi kedua belah pihak dalam melakukan kerja sama

Bagi peneliti:

- c. Dapat melihat secara jelas di lapangan terkait penggunaan dan pemanfaatan *media relations*, dan dapat menambah referensi pengetahuan mengenai kegiatan praktisi *Public Relations* di lapangan.

## **E. Metode Penelitian**

Bagian ini berisi cara-cara atau langkah-langkah pelaksanaan penelitian. Bagian ini merupakan bagian yang sangat penting karena di bagian inilah peneliti menjelaskan keseluruhan proses dan langkah-langkah yang (akan) dilakukan untuk memecahkan masalah yang disebutkan dalam rumusan masalah.<sup>4</sup>

### **1 Jenis Penelitian**

Metode merupakan suatu pendekatan yang diperlukan dalam penelitian guna memecahkan suatu masalah. Metode penelitian merupakan cara utama yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam

---

<sup>4</sup> Sugiarto, Eko, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Suka Media, 2015. Hlm 45

pembuatan karya ilmiah tentunya peneliti menggunakan metode penelitian yang disesuaikan dengan tema penelitian yang diangkat. Peneliti juga harus memahami metodologi penelitian yang merupakan seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah (cara) sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah-masalah tertentu.<sup>5</sup>

Tentang metode penelitian kualitatif, Creswell mendefinisikannya sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai partisipan dengan mengajukan pertanyaan umum dan agak luas. Informasi yang disampaikan oleh partisipan kemudian dikumpulkan, informasi tersebut biasanya berupa kata atau teks. Data berupa kata atau teks tersebut kemudian dianalisis. Hasil analisis itu dapat berupa penggambaran atau deskripsi atau dapat pula dalam bentuk tema-tema. Dari data-data itu peneliti membuat interpretasi untuk menangkap arti yang terdalam. Sesudahnya peneliti membuat permenungan (*self-reflection*) dan menjabarkannya dengan penelitian-penelitian ilmiah yang dibuat sebelumnya. Hasil akhir dari penelitian kualitatif dituangkan dalam bentuk laporan tertulis. Laporan tersebut agak fleksibel karena tidak ada aturan baku tentang struktur dan bentuk laporan penelitian kualitatif. Tentu saja penelitian kualitatif sangat

---

<sup>5</sup> Rani Wahyu, Skripsi: “Eksistensi Jamu Tradisional dalam Perspektif Sosiologi Komunikasi”, (Yogyakarta: UMBY, 2017), Hlm 18

dipengaruhi oleh pandangan, pemikiran, dan pengetahuan peneliti karena data tersebut diinterpretasikan oleh peneliti.<sup>6</sup>

## 2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah media-media massa yang pernah andil dalam proses publikasi Humas Pemerintah Kota Jambi selama kurun waktu Maret 2020 sampai dengan Mei 2020.

## 3 Sumber Data

### a. Data Primer

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari departemen Humas/*Pulic Relations* Humas Pemerintah Kota Jambi terkait penggunaan dan pemanfaatan *media relations*.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dan dikumpulkan oleh penulis, misalnya: terdapat dalam perpustakaan, internet, dan dokumen-dokumen lainnya yang sejalan dengan topik penelitian.

## 4 Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>6</sup> Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Grasindo, 2010. Hlm 7 <https://books.google.co.id/books?id=dSpAlXuGUCUC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> (06 September 2019)

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.<sup>7</sup>

Data sangat penting di dalam sebuah penelitian, sebagai bahan bagi peneliti untuk menguji atau memecahkan benang merah yang telah dirancang sebelumnya. Jalan yang ditempuh dalam proses pencarian data di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.<sup>8</sup>

b. Wawancara

- Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat dilakukan untuk dapat mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya

---

<sup>7</sup> Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, 2017. Hlm 224

<sup>8</sup> Nasutions, *Metode Research*. Bumi Aksara, 2009. Hlm 113

langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.<sup>9</sup> Dalam hal ini, peneliti akan mewawancarai, pertama, Abu Bakar, SH, yang merupakan Kabag Humas Pemerintah Kota Jambi, kedua, mewawancarai MHD. Syayuti, S. Th.I, beliau merupakan Kasubag Peliputan dan Kerjasama Pers di Humas Pemerintah Kota Jambi, dan ketiga, mewawancarai alumni Universitas Batanghari Jambi, Apriyani Zomiah, beliau juga merupakan pelaku usaha yang ada di Kota Jambi, Dari ketiga informan tersebut, diharapkan mampu melengkapi data-data penelitian saat diwawancarai. Abu Bakar, SH yang merupakan pimpinan di Humas Pemerintah Kota Jambi, peneliti rasa tepat untuk diwawancarai, sebab beliau mengetahui secara umum keadaan Humas Pemerintah Kota Jambi. MHD. Syayuti, S. Th. I yang merupakan penggerak dalam hal peliputan dan kerjasama pers dirasa linier dengan tema tema peneliti, yaitu mengenai *media relations*, dan Apriyani Zomiah yang merupakan pelaku usaha di Kota jambi yang sekaligus juga penikmat dari pemeberitaan-pemberitaan mengenai Pemerintah Kota Jambi.

### c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan atau merupakan karya seseorang tentang sesuatu yang telah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang,

---

<sup>9</sup> Yusup, Muri, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. KENCANA, 2017. Hlm 372

peristiwa, atau kejadian dalam situasi social yang sesuai dan terkait dengan fokus adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen itu dapat berbentuk teks tertulis, *artefacts*, gambar, maupun foto. Dokumen tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, karya tulis, dan cerita.<sup>10</sup>

## 5 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan, sebagaimana dikutip oleh Sugiono, mengemukakan bahwa: Analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. Analisis digunakan untuk memahami hubungan dan konsep dalam data sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi.<sup>11</sup>

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikemukakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi menjadi suatu kesimpulan yang mudah dipahami oleh peneliti sendiri maupun orang lain.

Pelaksanaan analisa data menurut Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh sugiyono, mengemukakan bahwa: Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah terasa belum memuaskan, maka peneliti

---

<sup>10</sup> *Ibid.* Hlm 391

<sup>11</sup> Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, 2017. Hlm 224

akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu, dan mendapatkan data yang dianggap kredibel.

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas.<sup>12</sup>

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bias dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Hal ini sejalan dengan pandangan Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Sugiono, mengemukakan bahwa: yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif dengan teks yang bersifat naratif.<sup>13</sup>

c. *Verification* (Verifikasi)

Selanjutnya, dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Sugiono, mengemukakan bahwa: Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak

---

<sup>12</sup> Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, 2017. Hlm 247

<sup>13</sup> Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, 2017. Hlm 249

ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>14</sup>

Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.<sup>15</sup>

## **F. Kerangka Teori**

### *1 Public Relations*

Pada tahun 1960, di Den Haag, Belanda, (mereka) *International Public Relations Associations (IPRA)* memberi definisi *Public Relations (PR)* sebagai: “*Public Relations is a management function, of a continuing and planned character, through which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy, and support of those with whom there are or may be concerned, as far as*

---

<sup>14</sup>*Ibid.* Hlm 252

<sup>15</sup>*Ibid.* Hlm 252-253

*possible their own policies and procedures, to achieve by planned and widespread information more productive corporation and more efficient fulfillment of their common interest.”<sup>16</sup>*

Definisi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut: “*Public Relations* adalah fungsi manajemen, dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi, dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas.<sup>17</sup>

## 2 *Media Relations*

Menurut Frank Jefkins, sebagaimana dikutip oleh Diah Wardhani, mengemukakan bahwa: usaha untuk mencapai publikasi dan penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Publikasi yang maksimal tidak hanya dari sisi jumlah media yang memuat, melainkan juga penyampaian informasi

---

<sup>16</sup> Maria, *Dasar-dasar Public Relations*. PT. Grasindo, 2002. Hlm 10-11

<sup>17</sup> *Ibid.* Hlm 11

yang lengkap, serta berada di posisi yang strategis atau mudah dibaca, didengar atau ditonton oleh pemirsa.<sup>18</sup>

Kesimpulannya, *media relations* tidak hanya terkait dengan kepentingan sepihak, melainkan kedua pihak memiliki kepentingan yang sama. Dengan demikian, akan membuat hubungan kerja sama menjadi *win-win solutions*. Dalam hal ini, perusahaan atau praktisi PR harus benar-benar memahami kepentingan-kepentingan perusahaan media, wartawan serta insan-insan media lain yang terlibat di dalam aktivitas industri media itu sendiri.<sup>19</sup>

### 3 Media Massa

Sebagaimana dikutip oleh Diah Wardhani dalam Onong (2002:145). Media massa yang pada awalnya dikenal dengan istilah pers berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti *press*. Secara harifiah pers berarti cetak dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak (*print publication*). Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian sempit dan pers dalam pengertian luas. Pers dalam pengertian luas adalah meliputi segala penerbitan, termasuk media massa elektronika, radio siaran dan televisi siaran. Sedangkan pers dalam arti sempit hanya

---

<sup>18</sup> Wardhani, Diah, *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. GRAHA ILMU, 2008. Hlm 9

<sup>19</sup>*Ibid*, Hlm 9

terbatas pada media massa cetak. Yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita.<sup>20</sup>

Namun, internet telah membawa perubahan besar di segala aspek kehidupan masyarakat *modern*. Hubungan sosial, perilaku politik, model bisnis, hingga praktik jurnalisme pun saat ini jauh berbeda dibandingkan dengan keadaan pada awal tahun 2000-an.<sup>21</sup>

Berkaca dari pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, dan melihat perubahan-perubahan praktik dari jurnalisme yang sebelumnya identik dengan percetakan (Koran, majalah, bulletin) ataupun elektronik (televisi, radio), namun sekarang bertransformasi menjadi media *daring*, masyarakat Indonesia lebih akrab menyebutnya dengan sebutan media *online*. Maka, penelitian ini pun fokusnya hanya pada media-media massa *daring* yang menjadi subjek dalam penelitian.

#### 4 Citra

Citra didefinisikan sebagai: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran, (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk, (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur

---

<sup>20</sup> Wardhani, Diah, *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. GRAHA ILMU, 2008. Hlm 20-21

<sup>21</sup> Wendratama, Engelbertus, *Jurnalisme Online: Panduan Membuat Konten Online yang Berkualitas dan Menarik*. PT. Bentang Pustaka, 2017. Hlm 2

dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi, (4) data atau informasi dari potret udara untuk bahan evaluasi.<sup>22</sup>

Citra merupakan sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang di peroleh dari suatu objek tertentu, baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra, maupun mendapatkan informasi dari suatu sumber.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/citra> (06 September 2019)

<sup>23</sup> Rosadi, Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Rajawali Pers, 2010. Hlm 80