**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN TRENGGALEK**

**(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF STRATEGI *MEDIA RELATIONS* HUMAS DISKOMINFO SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PUBLIK DI MASA PANDEMI PADA TAHUN 2020)**

Giovani Dwi Prestisiana

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

giovanidwiprestisiana@gmail.com

# Abstrak

Salah satu tugas Humas Pemerintah Daerah adalah memberikan informasi kepada publik internal maupun publik ekternal. Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek mengimplementasikan strategi *media relations* sebagai alat penunjang dalam keterbukaan informasi pada masyarakat Trenggalek. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *media relations* yang digunakan Humas Pemkab Trenggalek sebagai sarana komunikasi publik di masa pandemi pada tahun 2020. Untuk mengalisisnya digunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori strategi *media relations* Frank Jefkins (2003). Melalui kegiatan-kegiatan *media relations* yang diterapkan oleh Humas Pemkab Trenggalek hubungan antara Humas dengan media begitupun dengan publik terjalin dengan baik dan informasi mudah didapat melalui media massa.

**Kata Kunci:** Humas Pemerintah, Strategi *Media Relations*, Komunikasi Publik

***Abstract***

*One of the tasks of the Regency Government Public Relations (PR) is to provide information to the internal public and external public. PR of the Trenggalek Regency Government implments a media relations strategy as a supporting tool in information disclosure to the Trenggalek community. This study aims to describe the media relations strategy used by PR of the Trenggalek Regency Government as a means of public communication during the pandemic in 2020. To analyze it, a qualitative approach was used with a descriptive study method. The theory used is the theory of media relations stategy Frank Jefkins (2003). Through the media relations activities implemented by the PR of the Trenggalek Regency Government, the relationship between PR and the media as well as the public is well established and information is easily obtained through the mass media.*

***Keyword:*** *Government Public Relations, Media Realtions Strategy, Communications Public*

**PENDAHULUAN**

Suatu organisasi di pemerintahan memiliki devisi Humas (Hubungan Masyarakat) sebagai penyalur komunikasi

dari sebuah organisasi untuk masyarakat. Humas di pemerintahan memiliki peran yang penting guna membangun relasi dengan publik baik secara khusus atau umum. 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 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. Salah satu upaya yang dilakukan Humas di lingkungan pemerintah dengan melakukan penyebaran informasi seputar kegiatan di pemerintah daerah. Fungsi strategis yang dilakukan Humas dalam menyampaikan pesan kepada publik tidak terlepas dari konsep *media relations*. Informasi yang disebarkan kepada masyarakat juga tidak semua di publis, karena Humas juga memperhatikan aturan yang ada.

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 Humas (Iriantara, 2011). 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.

Menurut Ruslan (2014) *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. *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.

Kegiatan pemerintah di Kabupaten Trenggalek dari tahun ke tahun mengalami perubahan dari segi publikasi keterbukaan informasi. 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. 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.

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. 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.

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* (Ruslan, 2014). 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 uaraian tersebut Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek perlu meningkatkan dalam melakukan penyebaran informasi melalui media.

**PERMASALAHAN DAN TUJUAN**

**PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka penelitian merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaiamana strategi media relatuons dilakukan oleh Humas Diskominfo Pemkab Trenggalek sebagai sarana komunikasi publik di masa pandemi tahun 2020?”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan yang diberikan Humas pada media, membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya, menyediakan salinan dan bahan yang baik untuk media, untuk mengetahui gambaran umum fasilitas verifikasi yang diberikan Humas pada media dan untuk mengetahui hubungan personal antara Humas dengan media.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kualitatif bersifat deskriptif dengan studi fenomenologi. penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksut untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara hilistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2011).

Key informan pada penelitian ini yaitu Mudiono selaku Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo Kabupaten Trenggalek, Rudi dari media Suara Indonesia dan Herman dari media Harian Bangsa. Pengumpulan data dari penelitian ini wawancara secara langsung dengan narasumber. Observasi pada media sosial Humas Diskominfo Trenggalek dan media massa yang mempublikasikan berita terkait Pemerintah Kabupaten Trenggalek. Terakhir analisis data diperoleh berdasarkan informasi yang diberikan oleh Mudiono.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini berfokus pada aktivitas yang dijalankan Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek dalam menjalankan strategi *media relations* di masa pandemi tahun 2020. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di tempat penelitian maupun di media lain seperti media online, media cetak, dan media elektronik yang berkaitan dengan Humas Pemkab Trenggalek, peneliti menemukan beberapa aktivitas yang dilakukan sesuai dengan yang telah dikemukakakn oleh Frank Jefkin (2003), diantaranya sebagai berikut:

1. **Melayani Media**

Sebagai Humas memberikan pelayanan prima bagi publik internal maupun ekternal merupakan suatu kewajiban yang mana tugas dari Humas utamanya adalah membangun, menciptakan reputasi bagi institusi. Maka, tidak heran jika memberikan pelayanan yang baik kepada mitra menjadi salah satu hal penting yang dilakukan agar kerjasama dapat berjalan dengan baik. Pelayanan yang diberikan Humas Diskominfo Kabupaten Trenggalek yang diberikan pada media adalah membuat group WA dan meberikan jadwal kegiatan Pemkab Trenggalek yang bersifat publik.

Walaupun di masa pandemi tahun 2020 adalah baru terbentuknya group WA dengan media, tetapi kegiatan dalam menyebar luaskan informasi tetap berjalan. Kecanggihan tekhnologi membuat media sosial gencar digunakan oleh Humas maupun media dalam berinterkasi di masa pandemi guna meminimalisir penyebaran Covid 19 yang ada di Kabupaten Trenggalek. Agar memudahkan publik mendapatkan informasi ditengah – tengah pandemi yang diperlukan oleh masyarakat.

Dalam strategi media relations melayani media dipengaruhi oleh faktor adanya saling keterngantungan. Hal ini terjadi timbal balik antara Humas dengan media, tergambar dari bagaimana aktivitas yang dilakukan Humas dengan media begitupun sebaliknya. Menurut Purwida (2016) penyebaran informasi oleh bagian Humas atau pelayan informasi dan komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang berfungsi sebagai perantara dalam upaya membangun suasana yang sangat kondusif dalam rangka *win-win solutions stakeholder* organisasi, baik internal maupun ekternal dalam rangka membangun citra dari institusi pemerintah.

Komunikasi pemerintah merupakan penyampaian ide, gagasan, informasi, isi pikiran atau pernyataan dari pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara dengan diasumsikan pemerintah dapat diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai pemberi (Abidin, 2016). Hubungan ini terbukti bahwa Humas sebagai pusat informasi membutuhkan sarana atau media penyalur berita untuk disebarluaskan yang jangkaunnya luas yaitu dengan menjalin relasi dengan media atau wartawan. Begitupun dengan media sebagai pelayan jasa di bidang informasi amat sangat membutuhkan informasi seputar pemerintah daerah dengan menanyakan informasi kepada Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek.

1. **Membangun Reputasi Sebagai Orang Yang Dapat Dipercaya**
2. Menempatkan Advetorial di koran dan media online

Advertorial yang digunakan oleh institusi pemerintah bisa berupa berita, artikel maupun feature. Ada sekitar 40 media cetak maupun online yang bekerjasama dengan Humas Diskominfo Pemkab Trenggalek. Diantaranya media cetak ada Tribun, Jawa Pos Radar Trenggalek, Berita Metro, Jaya Pos, Suksesi, Radar Indonesia, Memo X, Koran Memo, Nasional News, Bhirawa. Media elektronik ada radio Bios, JTV. Media online ada Tribun, Nusa Daily, Jatim Times, Suara Indonesia, Afederasi, Patroli. Adanya hubungan *media relations* ini dapat membantu Humas dalam meningkatkan reputasi dengan mempublis berita-berita yang dapat meningkatkan kepercayaan publik seperti adanya prestasi yang diraih oleh Pemerintah Trenggalek dimasa era new normal. Selain itu, di masa pandemi pada tahun 2020 yang mana pemberitaan terkait Covid 19 menjadi hal yang harus sering dipublikasikan. Contohnya pemberitaan penyebaran covid 19 di Trenggalek, cara meminimalisir penyebaran covid, membuat inovasi kegiatan ditengah era new normal dan lain sebagainya.

1. Mengirim surat atau tulisan ke media

Sebelum adanya Covid 19 masuk di Trenggalek, Humas telah mengirim tulisan sebanyak tiga kali sebagai peluang publisitas. Seiring dengan adanya pandemi pada tahun 2020 kegiatan ini tetap berjalan tetapi lebih secara langsung, yaitu berkomunikasi melalui zoom atau gmeet.

1. Publikasi Internal

Perbedaan antara sebelum dan masa pandemi pada tahun 2020 terkait publikasi internal adalah membuat majalah dan buku tahunan terkait kegitan pemda Trenggalek untuk diberikan kepada OPD di Trenggalek. Tetapi, seiring berkembangnya zaman dan dibarengi dengan pandemi di masa 2020 maka publikasi internal dilakukan melalui media sosial seperti instagram, twitter, youtube, facebook, dan website. Sehingga, pihak OPD lain tetap bisa melihat aktivitas publikasi yang dilakukan Humas Diskominfo Pemkab Trenggalek di masa pandemi tahun 2020. Selain itu, publik juga dimudahkan dalam mengakses informasi terkait publikasi kegiatan pemkab Trenggalek di publikasikan melalui media sosial.

Strategi media relations yang dilakukan Humas Pemkab Trenggalek disebabkan oleh faktor transparasi. Menurut Melvindo (2019) keterbukaan merupakan kondisi yang memungkinkan partisipasi masyarakat dalam kehidupan bernegara. Akan tetapi, akan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan di suatu negara. Pada dasarnya, keterbukaan informasi yang diberikan oleh sumber terhadap media lalu diterimanya pesan kepada publik harus satu jalan. Maksutnya kebenaran atau fakta yang dipublikasikan harus sesuai, antara Humas dan media dapat bertanggung jawab dengan pesan yang dipublis.

1. **Menyediakan Salinan Yang Baik**

Humas Diskominfo Pemkab Trenggalek memiliki kemampuan dalam menulis press relase. Sehingga jika media tidak bisa menghadiri kegiatan untuk datang langsung ke lokasi tetap bisa memperoleh data guna publikasi dengan meminta salinan kepada Humas. Sebagai contoh Sebagai contoh pada tanggal 1 April 2020 Humas Pemkab Trenggalek mengeluarkan *press release* “Bupati Tinjau Checkpoint Panggul Pastikan Dukungan Kebutuhan Pemeriksaan Bagi Para Petugas” pada gambar 1. Dalam press relase tersebut ada beberapa kalimat yang dikutip oleh surat kabar Bhirawa pada tanggal 2 April 2020 “Bupati Trenggalek Pastikan Kesiapan Checkpoint Panggul” pada gambar 2.

Gambar 1. Press Release Diskominfo Pemkab Trenggalek



Sumber:kominfo.trenggalekkab.go.id diakses pada 22 Mei 2021

Gambar 2. News Release dalam Surat Kabar Bhirawa





Sumber: Dokumentasi Pribadi

Humas juga membuat salinan berita baik di media cetak maupun online sebagai bahan SPJ (Surat Pertanggung Jawaban). Kegiatan tersebut dilakukan guna memonitor pemberitaan yang dilakukan oleh pihak media. Aktivitas media relations yang ketiga dipengaruhi oleh faktor adanya rasa pengertian dan saling memahami. Dengan keterbatasan anggaran dari pemerintah untuk media jika ada kegiatan diluar kota yang dilakukan oleh pejabat maupun OPD di Trenggalek membuat media lokal tidak bisa menghadiri kegiatan tersebut guna meliput.

 Pihak mediapun juga memahami, jika wartawan tidak bisa meliput kegiatan pemkab yang berada di luar kota apalagi dengan keadaan dimasa pandemi tahun 2020 yang mengharuskan untuk mengurangi kerumunan dan patuh terhadap protokol kesehatan, rekan media juga dapat mencari informasi selain dari Humas secara langsung juga bisa menambah data dengan menanyakan informasi kesesama media lain.

Press release yang diberikan Humas Pemkab Trenggalek untuk media memenuhi unsur-unsur 5W+1H beserta dokumen pendukung lainnya. Pengiriman press relase juga harus dilakukan dengan baik sehingga hanya memerlukan sedikit penulisan ulang dan menjadi lebih mudah untuk diolah wartawan (Soemirat, 2017).

1. **Bekerjasama dalam Penyediaan Bahan**

Sebagai penyedia bahan Humas harus bisa memperhatikan waktu serta memantau kedatangan dari wartawan ketika akan meliput kegiatan pemerintah daerah Trenggalek. Sebagai contoh dimasa pandemi Humas Diskominfo Pemkab Trenggalek dan media saling bekerjasama dalam menyediakan bahan ketika ada sesi konferensi pers tentang pasien sembuh dari covid 19 bertambah, maka sebelum kegiatan berlangsung Humas Pemkab Trenggalek telah berkoordinasi dengan rekan media terkait kegiatan tersebut agar datang ke acara tidak terlambat. Karena di masa pandemi konferensi pers dilakukan secara virtual maka, media juga diberi akses link zoom dua jam sebelum acara dimulai dan akan ditutup akses masuk zoom sesuai acara dimulai.

Penyediaan bahan yang diberikan Humas kepada media adalah *press relase* dan jadwal kegiatan. Media sosial yang digunakan Humas dengan media untuk berkomunikasi adalah *whatsapp*. Adanya media sosial tersebut membantu keduanya untuk saling berinteraksi dan memberitahukan suatu informasi terkait pandemi pada tahun 2020. Namun, bila ada event di luar kota tidak semua media bisa menghadiri, wartawan akan menunggu *press relase* yang diberikan oleh Humas Pemkab Trenggalek.

 Strategi media relations yang keempat dipengaruhi oleh faktor berbagi misi. Menurut Jefkins (2003) dalam penyediaan bahan pada media, praktisi Humas memberikan dukungan pada pihak media untuk mendapatkan informasi, memberikan fasilitas kepada media berupa sesi jumpa pers atau wawancara, liputan khusus dengan narasumber yang memegang peran kunci ditempat praktisi Humas tersebut berada.

Dengan adanya saling bergantung antara Humas dengan media membuat keduanya saling berbagi misi guna bekerja secara profesional dalam melakukan publisitas terkait Covid 19 pada tahun 2020. Guna menciptakan hubungan timbal balik yang terjalin dengan baik untuk jangka panjang, Humas dan media saling memiliki hubungan yang fair sehingga mengurangi terjadinya konflik.

1. **Menyediakan Fasilitas Verifikasi**

Humas Diskominfo Pemkab Trenggalek memberikan fasilitas verifikasi pada media berupa konferensi pers. Sejauh ini fasilitas konferensi pers yang dilakukan Humas Pemkab Trenggalek untuk memberikan informasi penting ke pada publik maupun media seperti pada tahun 2020 adanya konferensi pers terkait Covid 19.

Dimasa pandemi konferensi pers menjadi berganti dengan menggunakan media telekonferensi pers. Sehubungan dengan anjuran pemerintah untuk mematuhi protokol kesehatan serta menghindari kerumunan maka, telekonferensi ini diambil sebagai langkah yang tepat untuk dapat memberikan informasi terkait Covid 19 di Trenggalek kepada publik. Media ini dapat membantu media atau wartawan untuk tetap bisa berinteraksi serta wawancara dengan Bupati Trenggalek maaupun Perwakilan Gugus Tugas Covid Trenggalek melalui media zoom.

Pandemi membawa perubahan dari berbagi sektor, dari sisi publikasi berita covid terkait keterbukaan informasi pada masa covid 19 tahun 2020 membuat penggunaan tekhnologi semakin gencar digunakan. Selain media yang dapat menghadiri konferensi pers, publik juga bisa melihat konferensi pers seputar covid 19 secara langsung melalui youtub *chanel* dari Diskominfo Kabupaten Trenggalek maupun di *live streaming* instagram Diskominfo Pemkab Trenggalek.

Aktivtas media relations yang kelima dipengaruhi oleh faktor kolaborasi. Humas pemerintah Kabupaten Trenggalek memiliki peran dalam kolaborasi terhadap segala bentuk pemberitaan yang dilakukan oleh media terkait dengan dinas-dinas yang bersangkutan. Sebisa mungkin Humas Pemkab Trenggalek memberikan fasilitas terbaik untuk media agar nyaman dan mudah dalam mendapatkan informasi.

Contoh dari kolaborasi yang dilakukan oleh Humas Pemkab Trenggalek adalah pemberian informasi terkait Covid 19 yang ada di Kabupaten Trenggalek. Dari segi kolaborasi ini, Pemkab Trenggalek bekerjasama dengan media dalam menyalurkan informasi Covid kepada publik. Baik dari segi cara menerapkan protokol kesehatan, jumlah pertambahan dan yang sembuh Covid 19, sampai mengenai bantuan sosial di masa pandemi.

Menurut Cangara (2003) Adapun lima karakteristik dari media massa yaitu bersifat melembaga, pihak yang mengelola media melibatkan banyak individu, jangkauan luas dari segi waktu, pesan yang disampaikan dapat diserap oleh berbagai kalangan, dan pesan media massa memakai perlatan teknis dan mekanis. Fungsi Humas dan pers secara kontinyu Humas mempersiapkan penyebaran informasi tentang berbagai kejadian di organisasi kepada berbagai media (Nova, 2017).

1. **Membangun Personal Dengan Media**

Hubungan personal dilakukan guna dapat membangun kedekatan, keterbukaan, dan saling menghormati satu sama lain. Humas Pemkab Trenggalek menyadari bahwa melakukan pendekatan kepada media, adalah santai tetapi tetap saling menghormati. Dengan adanya pandemi pada tahun 2020 kegiatan *media relations* tetap dilakukan oleh Humas Pemkab Trenggalek. Publikasi tentang Covid 19 tetap dilaksanakan sehingga guna memberikan pengertian kepada publik agar mematuhi protokol kesehatan, Humas mengajak media berkomunikasi secara santai guna pesan yang disampaikan dapat tersalurkan kepada publik. Patuh dan tidaknya seseorang terhadap covid 19 adalah tindakan dan pandangan masing-masing, tetapi setidaknya Humas dengan media telah berupaya memberikan yang terbaik untuk publik dari segi informasi.

Humas Diskominfo Kabupaten Trenggalek melakukan hubungan personal dengan mengobrol santai dengan minum kopi. Adapun kegiatan media gathering yang dilakukan oleh pihak media setiap satu tahun sekali. Sebelum adanya Covid 19, Bupati Nur Arifin juga pernah mengajak diskusi langsung dengan media tetapi juga tidak sering.

Aktivitas media relations yang dilakukan oleh Humas Diskominfo yang terakhir dipengaruhi oleh faktor yaitu penunjang publisitas. Publisitas ini bisa dilakukan sebagai peluang untuk meningkatkan reputasi dari institusi. Terutama dari sektor publikasi terkait pandemi di tahun 2020. Menurut Faradila (2018) dapat dilihat bahwa Humas tidak lepas dari kegiatan menulis terlebih untuk menjalankan fungsi publisitasnya. Media memiliki kewenangan terhadap berita yang akan dipublis, karena media juga mempertimbangkan jumlah pembaca serta seberapa penting informasi tersebut. Harapan Humas dengan adanya *press relase* dan *konferensi pers* bisa dijadikan sebagai penunjang publisitas.

Dalam penerapan aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek, adapun beberapa hal positif yang ditemukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Reputasi Pemerintah Kabupaten Trenggalek Semakin Baik
2. Penyebaran Informasi yang Cepat
3. Timbal Balik dari Publik

**KESIMPULAN**

Strategi *media relations* yang diterapkan Humas Pemkab Trenggalek sebagai sarana komunikasi publik di masa pandemi tahun 2020 sesuai dengan analisa, ada beberapa mirip dengan teori strategi media relations menurut Frank Jefkins di lapangan secara langsung, karena enam teori tersebut sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dan kemajuan suatu program dari Humas Pemkab Trenggalek. Dalam penerapan enam strategi media relations yang dilakukan Humas Pemkab Trenggalek di massa pandemi tahun 2020 hampir keseluruhan aktivitasnya bergeser dan memanfaatkan kecanggihan tekhnologi. Seperti adanya groups whatshaap, penggunaan konferensi pers melalui zoom, gmeet, live streaming maupun di youtub. Melihat fungsi strategi dari media relations yang dilakukan oleh Humas Pemkab Trenggalek ini, yang diterapkan adalah memberikan kemudahan kepada publik dalam memperoleh informasi di masa pandemi tahun 2020 dengan menggunakan media online sebagai sarana komunikasi dengan publik.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abidin, Y.Z. (2016). *Komunikasi Pemerintahan: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Putaka Setia

Cangara, Hafied. (2003). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Cetakan Keempat)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Faradila, Elvira. (2018). *Aktivitas Humas DPRD Kota Medan Sebagai Fungsi Mediator dan Publisitas*. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.

Iriantara, Yosal. (2011). *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations (Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga

Melvindo, Hendro. (2019). *Persepsi Jurnalis Di Medan Tentang Keterbukaan Informasi Publik* (Doctoral dissertation). Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara, Medan

Moleong, Lexy J. (2011), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nova, Frisan. (2017). *Crisis Public Relations*, Depok: Rajawali Persss

Purwinda, M.B. (2016). *Peran Humas Badan Pusat Statistik Sebagai Pengelola Manajemen Reputasi di Era Keterbukaan Informasi Publik*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1), 71-82

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

Soemirat, S & Ardianto, E. (2017). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT Remaja Rosdakarya