

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era teknologi yang maju ini sudah pasti banyak memberikan perubahan yang signifikan terhadap beberapa aspek dalam kehidupan, entah itu dari masyarakat sipil atau bahkan yang berada pada pemerintahan. Salah satunya berefek pada bagaimana pemerintah melaksanakan beberapa program mereka dalam meningkatkan taraf masyarakat yang sejahtera, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan lainnya. Namun selain dari program-program yang terancang yang berubah seiring berkembangnya zaman, peran humas dalam menyampaikan informasi untuk mendukung hal-hal tersebut agar bisa mencapai tujuan juga mau tidak mau harus dinamis dan bergerak mengikuti waktu yang berjalan.

Berbicara tentang penyampain informasi, dalam pemerintahan Indonesia yang berdemokrasi ini tentu tidak lepas dari kebebasan dalam berkomunikasi dan menggali informasi sejak reformasi politik terjadi pada tahun 1998 yang bisa dikatakan mengubah bentuk bangsa dalam cakupan tersebut¹. Pemerintah harus bisa mengubah bagaimana cara mereka dalam menginformasikan permasalahan atau program pemerintahan kepada masyarakat secara lebih modern karena pola komunikasi yang berubah seiring majunya zaman. Maka masuklah di sini peranan media yang sangat dibutuhkan oleh pemerintah agar bisa membantu mereka dalam menyebarkan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam aksinya untuk membentuk peranan media yang dibutuhkan agar pemerintah dapat bersinergi dengan media entah itu dengan press maupun media online, hubungan masyarakat atau humas diperlukan memposisikan diri mereka di antara keduanya.

Selain kita melihat dari kacamata pemerintah dalam disrupsi teknologi ini, kita juga harus memahami bagaimana media ditekan untuk bisa tetap pada posisi mereka kendati mereka diberikan beban untuk lebih besar dalam memberikan kinerja mereka secara kreatif, serta tak lupa untuk menjunjung etika juga kredibilitas yang tinggi. Dalam posisinya, media juga memiliki peranan penting dalam memberikan informasi kepada masyarakat, jadi baik secara manual maupun online, media sendiri merupakan

¹ Effendi, N. (2022). *Hukum Pers dan Etika Jurnalistik Di Era Digital*. Bandar Lampung: UPPM Universitas Malahayati.

tempat terpenting yang tugasnya memberikan informasi bagi masyarakat². Kemudian juga media memiliki peran signifikan untuk membentuk persepsi publik dalam opini yang dibentuk akibat pemberitaan mereka³.

Di era serba digital ini, seperti yang dipaparkan bagaimana pola komunikasi sudah berubah. Maka pemerintahan bisa dibilang bukan lagi hanya berkomunikasi dengan masyarakat melalui press release atau konferensi pers, walaupun dua hal tersebut masih tetap diberlakukan, akan tetapi opini dari pihak Sekretariat Kabinet Republik Indonesia juga menyetujui bahwa kini komunikasi dengan masyarakat sudah dinamis sehingga mereka juga seringkali berkomunikasi dengan masyarakat melalui dialog dan kolaborasi dengan masyarakat karena adanya perubahan zaman. Perubahan zaman tersebut juga melahirkan tatanan baru dalam media yakni jenis media online yang kemudian berkembang pesat sampai bisa kita katakan bahwa kini menjadi pilihan utama masyarakat dalam penggunaannya. Namun apa yang menjadi alasan tepat media online kini digandrungi sebagai pilihan utama masyarakat? Tentu zaman yang berubah tadi yang menyebabkan adanya pengonsumsi internet yang tinggi. Meskipun begitu, dalam praktiknya, media relations di pemerintah daerah masih mengedepankan media massa konvensional untuk membuka komunikasi dan hubungan dengan publik

Dari sekian banyak sisi positif, kita juga mengetahui media memiliki banyak sisi negatifnya juga. Seperti salah satunya yang sering kita temui yakni framing negatif yang sering dilakukan media terhadap pemberitaan pemerintahan daerah⁴. Namun mau tidak mau seiring dengan berkembangnya zaman, media tidak bisa menghindar dalam posisinya sebagai jembatan serta sumber informasi masyarakat apalagi komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Maka dari hal itu kita bisa melihat bagaimana di sini humas pemerintahan juga harus mampu untuk bergerak dalam perubahan tersebut sehingga bisa terus beradaptasi walaupun zaman berubah dengan cepat tanpa harus menyentuh ke arah yang negatif.

Humas pemerintah memiliki peran untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang terjadi dalam pemerintahan, misalnya seperti kebijakan

² Nur, E. (2021). *Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online*. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 51-64.

³ Putra, D. K., & Hirzi, A. T. (2022). *Hubungan Pemberitaan di Media Online dengan Pembentukan Opini pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung*. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital (JRJMD)*, 37-42.

⁴ I Hamad, *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik* (Granit, 2004),

serta langkah-langkah yang diambil oleh pemerintahan. Mereka juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai kebijakan tersebut, yang mana disusun oleh lembaga pemerintah di mana humas tersebut berada. Dengan demikian, seperti yang telah dijelaskan, di situlah humas dan media bertemu untuk menjalin relasi yang positif. Kita bisa melihat hal ini dalam penelitian yang akan penulis susun tentang bagaimana relasi itu terjalin antara pemerintah dan bagaimana output yang dihasilkan dalam relasi tersebut dengan cara menganalisis kegiatan media relasi antara Pemerintah Daerah Kabupaten Subang dengan media.

Berbicara tentang Kabupaten Subang yang menjadi bagian dari objek di penelitian ini, merupakan sebuah kabupaten yang berada di utara Jawa Barat. Menandakan eksistensi Subang ada pada ciri khasnya yaitu produksi buah nanas dan juga kesenian Sisingaan, tak lupa dengan kekayaan alam yang melimpah dari gunung-gunung sampai laut. Namun ketika kita berbicara dari segi media, kondisi dari Kabupaten Subang tidak jauh dengan kota-kota lainnya yang ada di Jawa Barat. Subang didominasi oleh media konvensional berupa cetak dan radio. Namun seiring waktu yang berjalan, Kabupaten Subang juga sedikit demi sedikit beradaptasi dengan kemajuan zaman. Adaptasi itu terbentuk dalam beberapa media yang sudah lahir ataupun berubah menjadi media online. Tentu salah satu masalah utama yang dihadapi oleh banyak outlet berita atau media di Kabupaten Subang ialah persaingan dengan media tingkat nasional terutama jika kita berbicara soal sumber daya, alokasi dana, dan juga cara masyarakat beradaptasi dengan konvergensi media.

Selain hal itu, citra Pemerintah Daerah Kabupaten Subang sendiri bisa dikatakan positif dengan meraih beberapa anugerah seperti salah satunya yakni Anugerah Kepatuhan Penyelenggaraan Pelayanan Publik pada tahun 2024 lalu oleh Ombudsman RI⁵, ada perhatian khusus dari Pemda dalam mengembalikan citra, harkat, dan wibawa aparatur ASN di Subang agar memperbaiki persepsi publik terhadap birokrasi⁶, kemudian dikatakan bahwa Kabupaten Subang juga transparan dalam

⁵ Annisa, "Raih Opini Kualitas Tertinggi Dalam Anugerah Kepatuhan Pelayanan Publik, Pj. Bupati Subang Harap Pelayanan Terus Ditingkatkan," Pemerintah Daerah Kabupaten Subang, 2024, <https://subang.go.id/berita/raih-opini-kualitas-tertinggi-dalam-anugerah-kepatuhan-pelayanan-publik-pj-bupati-subang-harap-pelayanan-terus-ditingkatkan>.

⁶ Sekretariat Daerah Kabupaten Subang, "KEMBALIKAN CITRA DAN TINGKATKAN KESEJAHTERAAN ANGGOTA KORPRI," Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum

melaporkan kinerja yang memuat pencapaian dan tantangan dalam pengelolaan lingkungan⁷.

Namun, tidak dapat kita pungkiri bagaimana terdapat beberapa tantangan yang perlu dihadapi dengan adanya persepsi negatif terutama dalam sektor sanitasi. Kondisi sanitasi Subang yang belum optimal ini menimbulkan dampak negatif terhadap persepsi masyarakat terhadap pemerintah, hal ini dibuktikan dalam opini masyarakat pada kolom komentar Bupati Subang yang memberitahu kondisi sanitasi salah satu terminal di Kabupaten Subang yang mengganggu pemukiman.

Di Subang terdapat dua Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), yang mana berpotensi untuk menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru di Jawa Barat. Namun hal tersebut menimbulkan tantangan dalam kesiapan tenaga kerja, infrastruktur, dan sinergi antara pemangku kepentingan⁸. Kemudian, Kabupaten Subang juga harus menghadapi tantangan lain dalam sektor pertanian, seperti kerusakan lingkungan, perubahan iklim, dan keterbatasan infrastruktur, dan akses pemodalan petani.

Subang perlu meningkatkan citranya karena beberapa alasan strategis. Pertama, pemerintah daerah memiliki misi membangun perekonomian yang kokoh dan memiliki potensi besar akan pertumbuhan ekonomi. Kedua, pada transformasi pada pusat pertumbuhan industri, logistik, juga pariwisata yang harus berjalan optimal. Ketiga, citra Pemda Subang yang sudah positif akan memudahkan pemerintah dalam mengimplementasikan kebijakan strategis. Keempat, pada era keterbukaan informasi saat ini, persepsi negatif akan menjadi suatu kemungkinan yang harus dihadapi dan membuat reputasi pemerintah menjadi rentan, sehingga perlu pengelolaan citra yang menjadi kebutuhan dasar dan bukan hanya sebagai pilihan. Kelima, peningkatan citra akan mendorong warga Subang terhadap daerahnya, yang mana hal itu akan meningkatkan partisipasi warga dalam pembangunan daerah. Peningkatan citra yang sudah dibangun ataupun yang akan ditingkatkan ini sangatlah bergantung pada strategi komunikasi yang diterapkan, khususnya pada media yang digunakan. Dalam manajemennya apakah Humas pemerintah daerah Subang sudah berperan dalam

Kabupaten Subang, 2012, <https://jdih.subang.go.id/website/web/page/title/1601/kembalikan-citra-dan-tingkatkan-kesejahteraan-anggota-korpri>.

⁷ Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Subang, "Pengadaan LPSE - Dinas Lingkungan Hidup Subang," accessed December 1, 2025, <https://pengadaan.dlhsubang.org/>.

⁸ "Tantangan Kabupaten Subang Dengan Keberadaan Dua Kawasan Ekonomi Khusus | TINTAHIJAU.Com," Tinta Hijau, October 9, 2024,

memilih dan mengelola hubungan dengan media secara positif? Pertanyaan besar tersebut yang membawa penulis dalam penelitian ini.

Beberapa poin sudah dijabarkan di atas melatarbelakangi mengapa penulis mengambil objek tersebut sebagai penelitian. Terutama visibilitas Kabupaten Subang yang kurang ketika kita bandingkan dengan Kota Bandung, yang mana adalah kota yang tepat bersebelahan dengan Subang, menimbulkan hipotesis bahwa salah satu PR besar bagi Humas Kabupaten Subang salah satunya pada strategi media relations yang belum optimal atau minimnya kegiatan dengan media. Ketika kita melihat bagaimana frekuensi pemberitaan positif tentang Kabupaten Subang di media nasional yang minim, hanya segelintir program komunikasi yang dibentuk dengan berbasis media, juga belum maksimal dalam memanfaatkan platform media untuk mempromosikan potensi daerah. Penelitian ini akan bertujuan untuk mengkaji seberapa jauh pengelolaan media relations dalam perannya untuk meningkatkan visibilitas Kabupaten Subang di jangkauan regional maupun nasional.

Apalagi dengan teknologi informasi berkembang yang kemudian mengubah bagaimana humas pemerintahan membuat suatu hubungan dengan media, strategi media relations kemudian tidak lagi terbatas pada cara praktik yang konvensional, yang mana harus mengintegrasikan wadah media online agar bisa mencapai efektivitas komunikasi dengan publik. Hal tersebut sejalan dengan aktivitas media relations yang dilakukan oleh Humas Pemkot Bogor yang mumpuni dalam pelayanan informasi dan pelayanan publik agar bisa mencapai publisitas yang dapat membantu menyebarluaskan berita tentang pemerintah kepada masyarakat⁹.

Meskipun pada penelitian tersebut menegaskan betapa penting hubungan media agar pemerintah dapat menjadi transparan, namun bisa dikatakan belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana strategi media relations harus beradaptasi dengan perkembangan media digital terutama di daerah-daerah yang memiliki karakteristik berbeda seperti Kabupaten Subang. Penulis melihat bahwa fenomena ini cukup menarik untuk diteliti lebih lanjut karena setiap daerah memiliki tantangan dan potensi yang berbeda tentang praktik media relations yang efektif. Perbedaan tersebut memberikan peluang tentang adanya formula strategi media relations yang sesuai dengan konteks lokal, seperti penelitian yang dilakukan oleh penulis ini.

⁹ Ainunnisa, E. (2022). *Optimalisasi Strategi Media Relations Humas Pemkot Bogor Dalam Menciptakan Kepuasan Publik*. Bandung: Universitas Pasundan.

Berfokus pada analisis kegiatan pemerintah dengan pers dan media yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang mencakup kegiatan hubungan media dengan Pemerintah Kabupaten Subang, karena dengan penelitian ini penulis bertujuan dapat membantu pengetahuan pembaca tentang apa yang terjadi di balik layar dari pemerintah dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan yang tepat dan relevan dengan masyarakat. Serta tidak lupa untuk memberikan kontribusi dalam meningkatkan media literacy dan memiliki harapan agar bisa untuk memberikan pemahaman efek media yang sudah dibuat.

Selain dari sisi masyarakat, penulis juga bertujuan untuk memberikan kontribusi yang tepat dan signifikan terhadap pemerintahan daerah di Indonesia terutama pada pemerintahan daerah yang menjadi topik utama dalam penelitian ini dalam kegiatan mereka untuk menjalin hubungan baik dengan pers dan media online agar bisa memperkuat citra positif mereka apalagi dengan zaman yang semakin berubah dengan penggunaan internet yang semakin maju serta media yang sedikit demi sedikit bertransformasi dari konvensional ke digital.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun dari banyak hal yang melatarbelakangi penelitian ini, terdapat rumusan masalah yang menjadi topik utama yang penulis angkat dalam penelitian yang menganalisis kegiatan hubungan media pemerintah daerah yakni “Bagaimana analisis media relations dalam meningkatkan citra Pemerintah Daerah Kabupaten Subang?”

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari disusunnya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis media relations dalam meningkatkan citra Pemerintahan Daerah Kabupaten Subang.

1.4 Manfaat

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari sisi teoritis maupun praktis kepada pihak-pihak terkait atau para pembaca lainnya sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Dalam sisi teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada korpus ilmu komunikasi yang dapat menjadi referensi bagi penelitian masa depan. Untuk penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan kontribusi ilmu terkhususnya di bidang public relations dalam fokus hubungan media dengan suatu instansi atau lembaga seperti pemerintah daerah yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Dalam sisi praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dari pengembangan media relations dan peningkatan citra pemerintah daerah yang sangat penting dalam membangun kepercayaan publik. Kemudian selain itu juga kajian dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman strategi dan taktik yang efektif dalam menyampaikan informasi penting kepada publik.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, paradigma konstruktivisme membantu peneliti untuk memahami dan menjelaskan bagaimana Pemerintah Kabupaten Subang melakukan kegiatan media relations dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi citra mereka. Ini dilakukan dengan mendekati subjek penelitian dengan melihatnya dari kacamata konstruktivisme. Karena pada konteks paradigma penelitian menurut Lincoln dan Guba, ada tiga jenis paradigma dan salah satunya konstruktivisme yang mana hubungan peneliti dan penelitian bersifat cukup dekat antara satu sama lain¹⁰. Maka pada paradigma ini memberikan penekanan bahwa lingkungan sosial atau situasi sosial bisa mengkonstruksi semua yang ada oleh satu individu atau kelompok yang memiliki andil dalam hal tersebut. Termasuk paradigma tersebut bertujuan untuk mengungkap bagaimana kegiatan media relations di Pemerintah Kabupaten Subang berkaitan dengan persepsi masyarakat.

Dibalik penggunaan paradigma pada penelitian yang ditulis oleh penulis ini maka pada penelitian ini paradigma konstruktivisme akan menekankan pada beberapa aspek yakni dalam realitas sosial sebagai konstruksi. Seperti yang dipaparkan tadi, bahwa penelitian ini akan berangkat dari asumsi bahwa realitas sosial, termasuk citra

¹⁰ Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2005). *The Sage handbook of qualitative research (3rd ed.)*. Sage Publications Ltd.

Pemerintah Kabupaten Subang merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dibentuk oleh persepsi dan interaksi antar individu. Kemudian selain itu di sini jika kita berbicara pada peran peneliti, maka bisa dibilang peneliti sebagai pengamat namun juga sebagai partisipan aktif dalam proses penelitian untuk memahami serta menafsirkan fenomena dari perspektif mereka yang terlibat langsung dalam kegiatan media relations.

1.5.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan di sini ialah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif berpusat pada filsafat post-positivisme dan tujuan dipakainya pada penelitian yang berpusat pada kondisi objek yang alamiah. Yang mana hasil dari penelitian itu menekankan pada makna dari sesuatu yang umum¹¹. Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif studi kasus karena memiliki tujuan untuk menggambarkan fenomena mendetail dan mendalam mengenai kegiatan media relations yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Subang dengan cara data dikumpulkan melalui metode seperti wawancara dengan praktisi PR yang bersangkutan, observasi, yang kemudian beralih pada analisis mendalam untuk memahami bagaimana Pemerintah Kabupaten Subang berkomunikasi dengan media dan publik secara komprehensif. Penggunaan jenis penelitian ini juga agar bisa mengeksplorasi konteks di mana media relations dilakukan, termasuk tantangan dan strategi yang digunakan untuk meningkatkan citra selama masa krisis.

Hasil penelitian yang sudah dihasilkan diharapkan dapat memberikan wawasan berharga tentang praktik media relations dan komunikasi krisis yang dampaknya ada pada pemerintah daerah. Metode studi kasus ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam tentang objek penelitian, yang dalam hal ini adalah upaya Pemerintah Kabupaten Subang dalam meningkatkan citra mereka melalui media relations dengan mengeksplorasi konteks khusus seperti politik dan sosial budaya yang dapat mempengaruhinya.

1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, bagian subjek dan objek bisa dilihat ketika kita mengetahui terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan subjek dan objek penelitian itu

¹¹ Sugiyono, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 1-11.

sendiri. Subjek penelitian ialah bagian penting di dalam suatu penelitian yang mana bentuknya bisa berupa suatu benda, wujud, atau orang yang menjadi tumpuan sasaran dalam suatu penelitian¹². Maka pada intinya, subjek penelitian itu adalah individu atau kelompok yang menjadi krtiteria dalam peneltian.

Untuk itu, pada konteks penelitian ini, subjeknya ialah praktisi humas atau PR yang bertanggung jawab atas komunikasi dan publikasi informasi terkait kegiatan Pemerintah Kabupaten Subang. Namun ketika kita berbicara tentang media relations, maka tak bisa lepas dengan yang namanya media, untuk itu selain humas yang merepresentasi Kabupaten Subang yang menjadi salah satu kriteria dalam penelitian ini, media yang bersangkutan dengan kehumasan tersebut juga menjadi salah satu dari subjek penelitian. Berkaitan dengan media yang akan menjadi subjek penelitian ini, penulis mengkhususkan kepada dua media yang bisa dianggap seringkali memberitakan tentang Pemerintah Kabupaten Subang. Sesuai dengan observasi singkat yang penulis lakukan, ada dua media yang menurut penulis dapat masuk ke kriteria media untuk dijadikan subjek penelitian yaitu Metrobuana¹³, yang merupakan media lokal karena memiliki karakter yang independen dan sering menyoroti bagaimana jalannya pemerintahan dari sudut pandang yang kritis. Kemudian yang kedua yakni Pasundan Ekspres¹⁴, yang merupakan media lokal yang sering kali menjadi mitra resmi dalam penyebarluasan informasi pemerintah. Dengan demikian, alasan dipilihnya kedua media tersebut ialah karena keduanya menunjukkan tingkat komitmen dan intensitas yang tinggi dalam peliputan program-program yang dilaksanakan oleh pemerintahan Kabupaten Subang.

Dengan demikian, maka penelitian ini melibatkan beberapa narasumber yang memiliki peran krusialnya masing-masing dalam bidangnya yang tentu berkaitan dengan media relations di pemerintahan daerah. Namun sebelum itu konteks humas pemerintah di sini, terkhususnya pada Kabupaten Subang, cukup meluas karena adanya dualisme peran memegang komunikasi publik yang mana dipegang oleh Diskominfo dan ProKomPim Kabupaten Subang. Sebagai berikut beberapa profil singkat mengenai narasumber yang akan menjadi sumber data utama dalam penelitian ini. Narasumber pertama adalah Ivan Rahmat Maulana, S.Pd, M.AP yang merupakan Pranata Humas

¹² Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Sebuah Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

¹³ "Metrobuana ," accessed December 2, 2025, <https://metrobuana.co.id/>.

¹⁴ "Pasundanekspres.Id ," accessed December 2, 2025, <https://www.pasundanekspres.id/>.

Ahli Muda di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan pada Sekretariat Daerah Kabupaten Subang. Setelah menjabat sebagai humas di ProKomPim sejak tahun 2021, maka dapat dikatakan terdapat keterlibatannya dalam publikasi yang dilakukan oleh ProKomPim sebagai instansi yang menjadi jembatan antara media dan Pemerintah Kabupaten Subang. Ivan sebagai narasumber pertama merupakan posisi yang krusial dalam penelitian ini karena kita perlu mengetahui bagaimana interaksi antara humas dan media di Pemerintah Kabupaten Subang berjalan, dan sebagai praktisi humas yang sering memegang kendali atas hal tersebut maka ia akan memberikan gambaran penuh mengenai apa yang terjadi di balik layar antara ProKomPim Kabupaten Subang dengan media-media setempat dalam hal yang berkaitan media relations dalam meningkatkan citra pemerintahan. Selain itu, Doan Pahlevi Endah, ST., M.Si, Sekretaris Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kab. Subang, yang telah bekerja di sana sejak 13 Juni 2025. Ia terlibat dalam bidang sekretariat sejak 2013 di salah satu kelurahan di Kabupaten Subang, dan baru menjabat sebagai Sekretaris Diskominfo pada tahun ini. Narasumber pertama ini merupakan pondasi utama dalam penelitian ini karena ia akan memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang kebijakan dan dinamika internal dinas yang menaungi kehumasan dari Pemerintah Kabupaten Subang, termasuk tentu saja strategi komunikasi apa saja yang berjalan dalam institusi pemerintah yang menyangkut media relations secara general. Ia juga dinilai relevan karena penulis dapat memiliki akses dan pemahaman terhadap kebijakan komunikasi publik yang diterapkan oleh Diskominfo secara struktural.

Sementara itu, narasumber kedua ialah Pranata Hubungan Masyarakat yang mana ialah salah satu pejabat fungsional di bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) yang bernama Eti Rosmiati, S.AN.,M.AP di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kab. Subang. Narasumber kedua ini sangat relevan dengan penelitian ini karena keterlibatannya langsung dalam pelaksanaan dan implementasi komunikasi publik, terkhususnya media relations seperti bagaimana kerja sama dengan media, dan pengelolaan informasinya yang disampaikan kepada publik. Ia bekerja sebagai Pranata Hubungan Masyarakat sejak tahun 2021 setelah setahun sebelumnya memegang jabatan di Kemitraan Media Publik Diskominfo.

Selain dari pihak pemerintah, penelitian ini juga melibatkan dua narasumber dari media lokal, yakni salah satunya bernama Indrawan Setiadi yang merupakan redaktur Pasundan Ekspres dengan lama bekerja sekitar 8 tahun mengemban tugasnya dalam menyunting, menyeleksi, dan memperbaiki naskah atau konten sebelum

diterbitkan atau disiarkan. Lalu, narasumber terakhir bernama Andre Tegar Fridonaga, S. Ikom yang bekerja sebagai reporter di Metrobuana selama 4 tahun. Selain menjadi reporter, Andre juga memiliki tugas sebagai editor dan direktur segmen Podcast dan Content Creator Media Social Metrobuana.com. Kombinasi narasumber dari kedua media ini memberikan perspektis yang seimbang dan memudahkan jalannya penelitian, karena data-data yang mereka berikan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat hubungan antara Pemerintah Kabupaten Subang dan media dalam meningkatkan citra Kabupaten Subang.

b. Objek Penelitian

Sedangkan dalam objek penelitian dari kacamata Sugiyono, bisa dikatakan merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang menunjukkan perubahan tertentu yang dipelajari oleh peneliti untuk menarik kesimpulan¹⁵. Dari penelitian ini yang jadi fenomena atau aspek yang diteliti mencakup strategi atau kegiatan media relations itu sendiri, tentang bagaimana Pemerintah Kabupaten Subang merancang dan melaksanakan strategi media relations dalam meningkatkan citra. Kemudian selain itu citra Pemerintah Kabupaten Subang juga bisa dikatakan menjadi objek dalam penelitian ini, mengulik bagaimana persepsi publik dan media terhadap citra Pemda Subang sebagai hasil dari kegiatan media relations. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami dinamika antara subjek dan objek penelitian, kemudian bagaimana dampaknya terhadap upaya peningkatan citra di Subang.

1.5.4 Jenis Data

a. Data Primer

Di sini yang menjadi data primer atau data yang dihasilkan dari peneliti yang terjun ke lapangan langsung dan menjadi sumber utama penelitian ini ialah hasil dari wawancara semi-terstruktur, Sebagai instrumen utama, wawancara digunakan untuk menggali dari narasumber yang memiliki pengetahuan atau pengalaman langsung terkait dengan media relations Pemda Subang. Maka dari itu bisa disimpulkan bahwa yang menjadi narasumber untuk wawancara dalam penelitian

¹⁵ Sugiyono, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 1-11.

ini yaitu praktisi humas atau public relations yang ada di pemerintahan daerah Kabupaten Subang dan pihak dari dua media yang berbeda.

b. Data Sekunder

Hasil dari data sekunder untuk penelitian ini diambil dari kegiatan observasi agar bisa memahami konteks dan dinamika media relations yang terjadi di lapangan, termasuk interaksi antara tim media relations dengan media dan masyarakat. Selain observasi, studi dokumentasi juga menjadi pilihan yang tepat untuk penelitian ini. Analisis dokumen seperti rilis pers, postingan media sosial, dan materi komunikasi lainnya yang digunakan Pemda Kab. Subang dalam membangun citra. Tak lupa dengan studi pustaka dari jurnal, buku, media cetak, dan sebagainya untuk menjadi pendukung informasi dan penunjang dari penelitian yang dilakukan peneliti ini.

1.5.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian bertujuan untuk menunjang data pada penelitian khususnya penelitian kualitatif yang biasanya berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Maka dalam penelitian ini peneliti mencakup tiga teknik untuk mengambil data di lapangan yang mana ialah sebagai berikut.

1. Wawancara

Menurut Stewart dan Cash, wawancara adalah sebuah interaksi yang di mana adanya aturan, tanggung jawab, sikap, kepercayaan, motivasi, dan informasi saling bertukar satu sama lain. Wawancara juga merupakan salah satu dari sekian banyak metode yang efektif untuk mengumpulkan data dari individu atau kelompok¹⁶. Secara spesifiknya, proses pengumpulan data meliputi wawancara semi-struktur dengan menggunakan panduan wawancara terstruktur yang digunakan untuk menggarisbawahi permasalahan yang akan ditanyakan pada subjek penelitian¹⁷. Digunakannya teknik wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang menyeluruh dari para narasumber yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung mengenai kegiatan media

¹⁶ Bahri, S. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In M. Yufrinalisi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 53). Bandung: Media Sains Indonesia.

¹⁷ L J Moleong and T Surjaman, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Remadja Karya, 1989).

relations di Pemerintah Kabupaten Subang. Dilakukan dengan secara bertatap muka atau virtual dengan narasumber yakni praktisi PR atau humas Pemerintah Kabupaten Subang dan pihak dari dua media, menggunakan panduan wawancara untuk memfasilitasi diskusi yang terfokus namun masih fleksibel.

2. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah kegiatan memahami dan mencatat secara objektif pengalaman dari suatu peristiwa dan mencakup indera penglihatan, pendengaran, dan nalar¹⁸. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yakni observasi untuk memungkinkan penulis mengumpulkan data yang lebih akurat tentang subjek penelitian dan menangkap situasi sesuai realita. Observasi juga memungkinkan penulis untuk menarik kesimpulan berdasarkan pengetahuan dari pihak pertama dan untuk memperkuat validitas melalui triangulasi data yang dikombinasikan dengan wawancara dan dokumentasi.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif, dokumentasi dapat didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang mempertimbangkan dokumen sebagai sumber informasi. Di sini ada dua jenis dokumen yakni dokumen pribadi dan dokumen publik. Dokumen pribadi sendiri merupakan catatan atau dokumen tentang pengalaman atau perilaku seseorang seperti contohnya yakni buku harian, surat pribadi, dan autobiografi. Sedangkan dokumen resmi merupakan dokumen internal seperti memo, pengumuman, dan notulen rapat. Kemudian dalam dokumen resmi juga ada yang bentuknya eksternal seperti majalah atau berita yang dibuat media massa. Moleong juga berpendapat bahwa apapun yang bentuknya tulisan, foto, atau film yang dapat membantu proses pengumpulan data bisa dikatakan sebuah dokumentasi¹⁹.

Pada penelitian ini, akan digunakan dokumen resmi dari setidaknya tiga sumber yakni Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Subang dan dua media massa yang terkait dengan lembaga tersebut. Namun, jika

¹⁸ Moleong and Surjaman.

¹⁹ Moleong and Surjaman.

kemudian penulis menemukan adanya sumber informasi lain selain dari dokumen resmi yang ditujukan untuk penelitian ini, maka penulis pasti akan memasukkannya ke dalam hasil penelitian ini. Hal tersebut tidak hanya membantu penulis memperoleh informasi yang lebih rinci dan terpercaya, tapi juga memanfaatkan informasi tersebut untuk memvalidasi informasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi, sehingga dapat meningkatkan kredibilitas hasil temuan.

1.5.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif ini teknik analisis yang dipilih untuk digunakan ialah teknik analisis tematik. Teknik analisis tematik, juga disebut sebagai analisis tematik interaktif, yaitu metode analisis data kualitatif dalam mengidentifikasi, memeriksa, dan melaporkan makna dari fenomena komunikasi yang diteliti dengan tahapan yang saling berinteraksi satu sama lain. Untuk melakukan teknik analisis tematik maka berikut bagaimana tahapan untuk melakukannya yang diambil menurut Miles dan Huberman²⁰.

Tahapan ini dimulai dengan mereduksi data, yang melibatkan pemilihan atau penyederhanaan data kasar dari catatan-catatan penulis. Pada langkah pertama ini, penulis mengatur data-data yang kemudian akan diringkaskan, pada proses peringkasan tersebut penulis akan fokus terhadap poin-poin penting, selain itu penulis juga akan mencari tema, dan mengatur kode. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengorganisasikan data sehingga penulis dapat menarik kesimpulan yang dapat diverifikasi.

Tahap kedua yakni penyajian data (data display), di sini penulis akan memahami hasil data dan mengorganisasikan informasi yang dikumpulkan dalam bentuk narasi, bagan, dan grafik. Terakhir, penulis membuat kesimpulan atau validasi yang pada awalnya bersifat tentatif dan dapat berubah pada tahap pengumpulan data berikutnya jika tidak ditemukan-bukti-bukti yang mendukung. Pada tahap terakhir ini, penulis akan meninjau ulang dan melakukan triangulasi terhadap catatan-catatan untuk mencari pola dan tema yang lebih luas.

Diambilnya teknik analisis tematik dari model Miles dan Huberman ini dengan alasan model relatif dapat dipahami dan juga tahapannya tidak kaku. Kemudian penulis

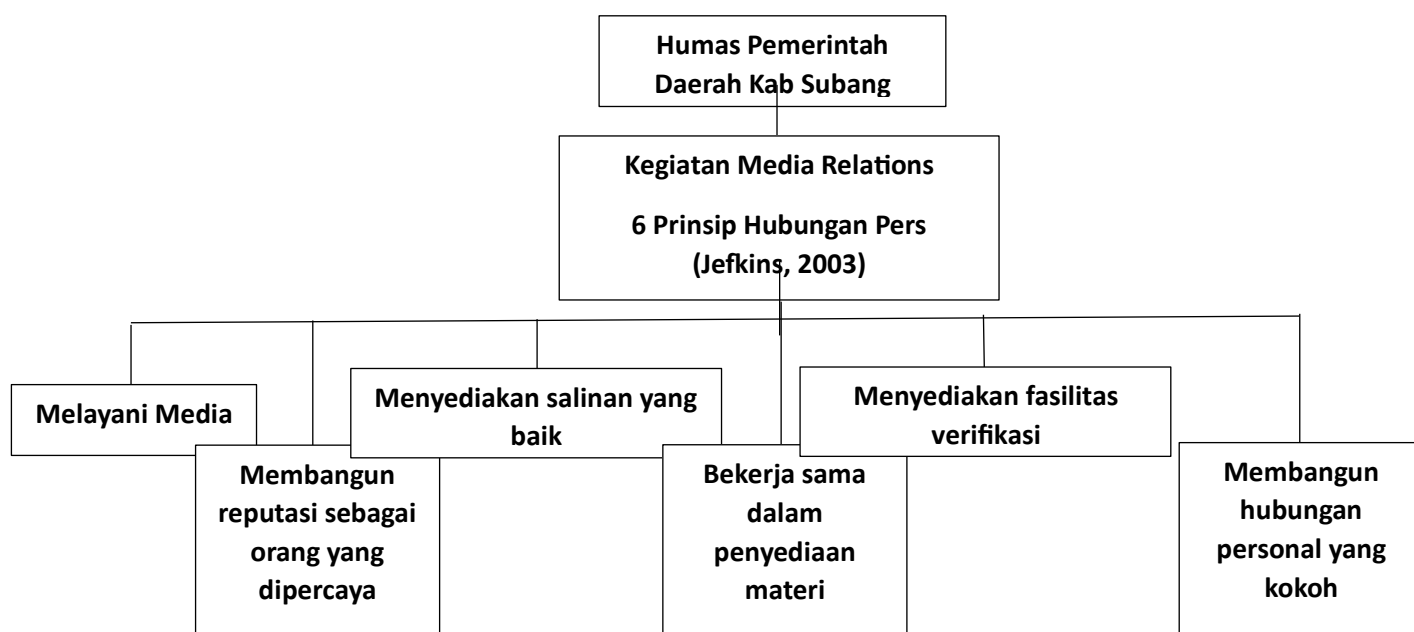
²⁰ M B Miles and A M Huberman, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (SAGE Publications, 1994).

melihat bahwa model ini fleksibel untuk digunakan dalam berbagai jenis data seperti salah satunya yaitu wawancara. Selain itu juga dapat membantu penelitian dalam proses analisis dengan struktur yang lebih jelas dan fleksibel walaupun masih dengan mencari pola atau tema mendalam dari fenomena yang dicari.

1.6 Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Operasionalisasi Konsep.

1.6.1 Kerangka Konsep

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, humas Pemda Subang bisa dikatakan cukup aktif dalam aktivitas bersama media yang mana. Untuk itu penulis memutuskan untuk meneliti kegiatan-kegiatan media relations yang dilakukan Pemerintah Daerah Kab. Subang yang mana lebih aktif dalam kegiatan wawancara dan press release yang berhubungan dengan media-media lokal yang mana dua di antaranya ialah Metrobuana dan Pasundan Ekspres. Setelah penulis melakukan observasi singkat tentang kegiatan media relations Pemerintah Kabupaten Subang, dapat penulis katakan bahwa kegiatan tersebut mencakup beberapa kegiatan media relations berdasarkan enam prinsip hubungan pers oleh Frank Jefkins. Frank Jefkins²¹ di sini memberikan pandangan yang mendalam tentang prinsip-prinsip media relations yang baik seperti yang dipaparkan dalam kerangka di bawah ini.



²¹ Frank Jefkins, *Public Relations Edisi Kelima Terjemahan Daniel Yadin*, Jakarta: Erlangga, 2003.

Setelah pemaparan di atas, maka penulis memutuskan untuk mengambil pandangan-pandangan tersebut dengan bagaimana penerapan mereka terhadap aktivitas media relations yang terjadi di Pemerintah Kabupaten Subang. Maka dari itu, dapat disimpulkan lewat kerangka konsep di atas dengan kegiatan media relations antara Pemerintah Daerah Kab. Subang dan beberapa media lokal yang mencakup enam prinsip hubungan pers oleh Frank Jefkins tersebut yang menghasilkan citra positif.

1.6.2 Definisi Konsep

1. Humas Pemerintah

Humas pemerintah, jika mengutip dari Cutlip dkk²² soal humas, merupakan suatu bentuk manajemen yang bertujuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik antara organisasi dengan publik, dan hal ini memiliki posisi yang signifikan pada kesuksesan atau kegagalan organisasi yang dalam hal ini ialah pemerintah. Maka di sini humas pemerintah adalah bagian dari fungsi manajemen untuk membangun hubungan baik dengan publik dan mempertahankannya. Fungsi tersebut melibatkan penilaian sikap publik, identifikasi kebijakan dan prosedur dari pemerintah, juga perencanaan dan pelaksanaan program-program yang dirancang untuk memperoleh pengertian, pemahaman, dan dukungan dari publik. Pada masa kini, fungsi ini menjadi hal yang begitu penting dalam konteks media relations sebuah institusi untuk meningkatkan citra pemerintah.

Hampir sama dengan Cutlip, Rachmadi²³ juga berpendapat bahwa tugas utama humas pemerintah ialah memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kebijakan yang diambil oleh pemerintah dan membangun hubungan yang baik antara pemerintah dan masyarakat. Dalam konteks ini, tugas humas ialah mengedukasi masyarakat dengan cara yang terbuka, jujur, dan objektif. Hubungan dengan media juga menjadi hal yang sangat krusial jika relevansinya dalam menyediakan informasi dan akses ke media.

2. Citra Pemerintah

²² Kriyantono, Rachmat. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Kencana: Jakarta.

²³ F Rachmadi, *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek: Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta Dan Lembaga Pemerintah* (Gramedia Pustaka Utama, 1992)

Menurut G. Sach dalam Soemirat dan Elvinaro²⁴, citra mengacu pada persepsi dan sikap orang lain terhadap kita. Hal ini dapat digunakan kaitannya dengan citra pemerintah itu sendiri atau dalam konteksnya di sini ialah persepsi yang didorong oleh opini dan sikap publik kepada pemerintah. Citra pemerintah sendiri dapat terbagi menjadi dua yaitu citra politik dan juga citra birokrasi. Citra birokrasi merujuk pada persepsi terhadap birokrasi itu sendiri dan organisasi internalnya, yang mana dikategorikan ke dalam empat dimensi utama yakni kinerja, etika, teknologi, dan prosedur hukum. Di sisi lain, citra politik mengacu pada persepsi terhadap tokoh politik atau pemimpin birokrasi.²⁵

Citra pemerintahan juga dapat didefinisikan sebagai kesan yang dimiliki masyarakat terhadap pemerintah. Citra pemerintah mencakup beberapa aspek yang harus ditampilkan pemerintah kepada masyarakat. Aspek-aspek ini meliputi kejujuran, profesionalisme, dan sejauh mana pemerintah peduli terhadap masyarakat dan kepentingan umum. Legitimasi muncul dari citra positif pemerintah di bidang-bidang ini dan seberapa sukses pemerintah dalam memenuhi fungsi sosialnya²⁶.

3. Media Relations

Dari yang disampaikan oleh Frank Jefkins, media relations mengacu pada kegiatan menerbitkan atau menyiarkan pesan promosi atau informasi sejauh mungkin untuk mendapatkan pemahaman praktis tentang persepsi publik terhadap suatu organisasi²⁷. Maka dapat disimpulkan bahwa media relations memainkan peran penting dalam menciptakan kesadaran dan pemahaman publik terhadap suatu organisasi. Pentingnya media relations dikarenakan publik sangat bergantung pada informasi yang disampaikan oleh media untuk memahami situasi dan perilaku. Oleh karena itu, humas harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik melalui media akurat, tepat waktu, dan relevan dengan kebutuhan publik.

²⁴ Soemirat & Elvinaro. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 171

²⁵ Pratama, Arif Budy. (2017). *Citra Pemerintah Di Era Digital : Tipologi Dan Manajemen Reputasi*. Yogyakarta : Gava Media

²⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2003).

²⁷ Jefkins, *Public Relations Edisi Kelima Terjemahan Daniel Yadin*.

Jefkins mengungkapkan adanya enam prinsip hubungan pers yang baik yang harus diterapkan dalam kehumasan. Pada pernyataannya, Jefkins memberikan enam prinsip itu sebagai berikut²⁸.

1. Memahami dan melayani media.

Di sini maksudnya ‘melayani’ yakni memberikan jasa atau membantu pihak media. Ini melibatkan pemahaman tentang apa yang ingin dicapai oleh humas terhadap media, yang mana hubungan baik dengan mereka, dengan menjalin hubungan tersebut melalui memberikan ‘jasa’ kepada media yang mereka tuju.

2. Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya.

Pada poin ini menegaskan reputasi yang mana nantinya digunakan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat atau audien terhadap organisasi atau suatu instansi.

3. Menyediakan salinan yang baik.

Menyediakan tulisan atau naskah atau salinan yang bagus di sini artinya memberikan foto-foto, informasi yang baik, dan dapat menarik perhatian.

4. Bekerja sama dalam penyediaan materi.

Mencari tahu bagaimana aktivitas kerja sama antara humas dan media dalam hal menyediakan materi informasi.

5. Menyediakan fasilitas verifikasi.

Melihat bagaimana penyediaan fasilitas oleh humas kepada media, memadai atau tidak.

6. Membangun hubungan personal yang kokoh.

Pada poin terakhir ini kita akan melihat pada sisi hubungan personal positif yang terjalin antara humas dengan media. Hubungan yang terbangun antara mereka apakah sudah sesuai dengan penerapan media relations yang baik ataukah tidak.

1.6.3 Operasionalisasi Konsep

1. Humas Pemerintah

Dalam penelitian ini, humas Pemerintah Daerah Kab. Subang akan dilihat lewat kegiatan dan strategi kehumasannya dalam membangun komunikasi dengan media. Hal

²⁸ Jefkins.

ini tercakup dalam kegiatan-kegiatan kehumasan yang termasuk penyusunan press release atau siaran pers yang dilakukan secara rutin, pelaksanaan siaran pers, juga memberikan akses siaran kepada narasumber dan media. Semua itu akan diukur utamanya pada wawancara dengan humas, observasi dokumen, dan juga beberapa dokumentasi kegiatan yang ada.

Yang menjadi ukuran dalam data yang diambil ini bersangkutan dengan teori yang dikeluarkan oleh Jefkins tentang prinsip hubungan media yang baik, dalam hal ini menitikberatkan pada peran humas pemerintah dalam membangun hubungan positif dengan para media yang bersangkutan dengan pemerintah daerah yang mereka wakili yakni Pemerintah Kabupaten Subang. Karena humas pemerintah harus mampu untuk membangun hubungan yang efektif dengan media karena sejalan dengan prinsip hubungan media menurut Frank Jefkins. Bagaimana humas pemerintah dapat mengimplementasikan prinsip-prinsip tersebut dengan media-media lokal yang dapat memberikan pengaruh pada pembangunan citra Kabupaten Subang yang baik di mata publik, itu hal utama yang akan menjadi pembicaraan pada penelitian ini.

2. Citra Pemerintah

Dalam konteks penelitian ini, citra pemerintah dapat dilihat sebagai gambaran atau persepsi masyarakat terhadap respons dan tindakan Pemerintah Daerah Kab. Subang. Media relations memiliki peran penting dalam membentuk citra ini, karena melalui media, pemerintah dapat menyampaikan informasi, kebijakan, dan tindakan yang telah dan akan dilakukan dalam menangani pandemi. Persepsi atau citra ini kemudian akan mempengaruhi kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap pemerintah. Oleh karena itu, prinsip media relations yang baik oleh Frank Jefkins sangat krusial dan sejalan dalam meningkatkan citra pemerintah karena menjadi acuan untuk menilai sejauh mana strategi komunikasi pemerintah yang memiliki dampak pada pembentukan citra pemerintah yang baik. Citra pemerintah ini akan dilihat dalam frekuensi pemberitaan positif yang ada di media lewat hubungan pers antara humas dan media juga bagaimana respon media terhadap informasi humas. Semua itu dapat diakses lewat analisis isi media dan wawancara dengan media.

3. Media Relations

Kegiatan media relations Diskominfo Kabupaten Subang akan dilihat dalam enam prinsip hubungan pers oleh Frank Jefkins dalam upaya mencari tahu apakah Pemerintah Kabupaten Subang sudah menciptakan dan menyebarkan informasi tentang tindakan dan kebijakan mereka kepada publik melalui media beserta hubungan yang

seperti apa yang mereka bangun dengan mereka demi meningkatkan citra. Dalam hal ini, media relations juga melibatkan interaksi dua arah antara Pemerintah Kabupaten Subang dan media. Ini berarti Pemerintah Kabupaten Subang perlu mendengarkan dan merespons pertanyaan, menyiapkan materi yang diperlukan serta salinan foto-foto yang menarik, memberikan verifikasi, dan melandaskan sikap positif dengan media. Semua itu dapat dioperasionalkan lewat kegiatan yang membangun hubungan personal maupun profesional dengan media seperti press release, press conference, media interview, media gathering, dan bahkan media pitching. Dengan melakukan ini, Pemda Subang dapat memahami kekhawatiran dan kebutuhan publik, dan menyesuaikan tindakan dan kebijakan mereka sesuai. Hal-hal yang sudah dipaparkan ini akan diukur lewat wawancara dengan humas dan juga pihak media dari Metrobuana dan Pasundan Ekspres, terutama wartawan. Perlu juga dilakukan observasi kegiatan serta dokumentasi komunikasi.

Keenam prinsip dari Frank Jefkins ini menjadi panduan operasional dalam penelitian ini agar dapat menganalisis praktik media relations karena sebagai kerangka analisis, teori Jefkins ini memiliki relevansi yang tinggi dengan konteks penelitian. Akan tetapi sebagai peneliti, sangat penting untuk melihat kembali ke dalam catatan kritis baik kelebihan ataupun keterbatasan kerangka ini agar temuan penelitian dapat diinterpretasikan secara lebih memadai. Di mana, di sini penulis melihat bahwa dalam konteks penelitian ini keenam prinsip tersebut komprehensif dalam mencakup aspek operasional, relasional, dan juga strategis. Selain itu, dengan kerangka Jefkins ini juga sudah membantu analisis penelitian ini agar terbangun secara terstruktur karena relevan dengan konteks humas pemerintahan Indonesia.

Namun keenam prinsip ini lebih sering dikembangkan dalam konteks media relations korporasi terkhususnya di negara-negara dengan sistem media yang matang. Maka dari itu penerapannya pada konteks humas pemerintahan memiliki beberapa keterbatasan seperti misalnya dalam hal ini Jefkins merancang prinsip-prinsip ini untuk PR korporat dengan tujuan ke arah konteks marketing, namun humas pemerintahan memiliki dinamika yang berbeda dengan korporat seperti mereka memiliki tujuan akuntabilitas publik, transparansi, dan juga pelayanan informasi. Kemudian kerangka ini dari Jefkins ini bersifat normatis atau fungsionalis dan kurang untuk menganalisis kritis terhadap relasi kuasa, independensi media, dan lainnya. Tentu hal-hal tersebut berdampak pada temuan penelitian yang cenderung afirmatif di mana penggunaan kategori prinsip-prinsip Jefkins ini lebih ke arah 'checklist' verifikasi menghasilkan

penilaian yang seluruhnya positif, padahal analisis yang lebih kritis menunjukkan adanya berbagai isu substansif yang perlu dievaluasi. Maka dari itu penelitian ini melengkapi analisis Jefkins dengan perspektif kritis terhadap dinamika independensi media.

Untuk itu, ada beberapa yang perlu diuraikan dalam enam prinsip relasi media yang baik oleh Frank Jefkins, di sini ada beberapa indikator yang perlu dicari tahu kembali agar dapat membantu memberikan konteks yang jelas.

1. Memahami dan melayani media

➤ Indikator:

- Komunikasi yang rutin antara humas dan media. Dalam hal ini menggali kegiatan rapat, press release, press conference.
- Kemampuan untuk menanggapi ketika media meminta informasi dari humas.
- Persepsi dan tingkat kepuasan media terhadap kualitas pelayanan komunikasi yang diberikan oleh humas, melihat dari segi kecepatan, informasi yang lengkap, dan profesionalitas.

➤ Konteks:

- Melakukan observasi langsung dalam melihat interaksi antara humas dan media dalam kegiatan atau forum resmi.
- Wawancara mendalam dengan humas Pemda Kab. Subang dan media untuk mengeksplorasi pengalaman, kesan, serta kendala yang mereka alami dalam berkomunikasi dengan satu sama lain.
- Analisis isi dari dokumen-dokumen komunikasi yang tercatat antara humas dan media, seperti arsip email, notulensi rapat, siaran pers, atau bentuk dokumentasi lainnya.

2. Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya

➤ Indikator

- Tingkat konsistensi dalam penyampaian oleh humas Pemda Kab. Subang kepada media. Hal ini melihat pada isi, waktu, dan narasi komunikasi
- Frekuensi penerbitan klarifikasi, koreksi, atau adanya ralat informasi dari humas Pemda Kab. Subang. Pada poin ini

melihat akurasi dan kehati-hatian dalam menyampaikan pesan kepada publik.

- Persepsi media terhadap integritas, transparansi, dan kredibilitas humas dalam menjalankan perannya sebagai pusat komunikasi publik dengan pemerintah.

➤ Konteks:

- Wawancara mendalam dengan humas Pemda Kab. Subang untuk menggali pengalaman dalam menjaga konsistensi dan transparansi informasi. Kemudian kepada media dalam menggali pandangan mereka tentang tingkat kepercayaan yang dimiliki terhadap humas, baik dalam konteks rutin maupun dalam situasi krisis.
- Mengobservasi bagaimana humas Pemda Kab. Subang dalam merespon pertanyaan atau isu sensitif dari media atau masyarakat selama acara.
- Meneliti dokumen klarifikasi, ralat, atau pernyataan resmi yang pernah dikeluarkan humas Pemda Kab. Subang.

3. Menyediakan salinan yang baik

➤ Indikator

- Kualitas konten publikasi yang disiapkan oleh humas Pemda Kab. Subang, seperti press conference, foto dokumentasi, video resmi, dan materi pendukung lainnya. Meninjau dari aspek akurasi, kelengkapan, dan gaya penyampaian.
- Tingkat pemanfaatan atau publikasi ulang materi dari humas oleh media massa.
- Tingkat kreativitas, daya tarik visual, dan keunikan pesan yang terkandung dalam materi publikasi yang disampaikan, apakah mampu menarik perhatian media dan publik.

➤ Konteks:

- Melakukan wawancara untuk mencari tahu proses pembuatan materi dari sisi humas, dan kemudian bagaimana kualitas materi (foto, berita, informasi) yang diberikan humas Pemda Kab. Subang kepada media.

- Mengamati proses distribusi materi kepada media.
- Mengumpulkan contoh materi yang diberikan oleh humas Pemda Kab. Subang.

4. Bekerja sama dalam penyediaan materi

➤ Indikator:

- Frekuensi kerja sama antara humas Pemda Kab. Subang dengan pihak media untuk menghasilkan konten berita.
- Adanya platform komunikasi bersama yang memfasilitasi interaksi humas dan media.
- Tingkat partisipasi media dalam kegiatan peliputan acara.

➤ Konteks:

- Menggali informasi kepada dua pihak (humas dan media) dalam pengalaman kerja sama mereka dalam pembuatan dan dalam menyebarkan informasi.
- Mengamati kegiatan bersama seperti diskusi atau pembuatan konten bersama selama acara atau jika ada upacara.
- Meneliti dokumen kerja sama, notulensi, atau rekam jejak lain tentang adanya kerja sama antara humas dan media.

5. Menyediakan fasilitas verifikasi

➤ Indikator:

- Tersedianya kemudahan akses bagi media dalam mendapatkan informasi dan narasumber.
- Efisiensi dalam mekanisme pengecekan apakah data dan informasi yang diberikan humas akurat atau tidak.
- Implementasi sistem untuk proses konfirmasi yang dijalankan oleh bagian humas.

➤ Konteks:

- Mencari tahu kepada humas Pemerintah Kab. Subang bagaimana mereka menyediakan fasilitas verifikasi dan apakah mudah atau tidaknya media dalam mengakses data atau narasumber yang diberikan oleh humas Pemerintah Kab. Subang.

- Mengobservasi fasilitas yang disediakan humas seperti ada tidaknya ruang pers, akses kepada narasumber, dan lainnya dalam sebuah acara.
- Mengumpulkan SOP, daftar narasumber, atau dokumen pendukung verifikasi yang disediakan oleh humas Kab. Subang.

6. Membangun hubungan personal yang kokoh

➤ Indikator:

- Frekuensi interaksi informal antara humas dan media, di luar kegiatan resmi, misalnya seperti obrolan santai, pertemuan kasual, atau komunikasi sehari-hari.
- Keakraban dan kepercayaan dalam hubungan personal seperti adanya kenyamanan, keterbukaan, dan saling menghargai antara humas dan jurnalis.
- Memanfaatkan jaringan komunikasi pribadi seperti grup WhatsApp atau adanya undangan ke kegiatan non-formal, hal-hal yang mendukung komunikasi yang lebih personal.

➤ Konteks:

- Menggali pengalaman personal antara humas dan media dalam konteks membangun relasi yang akrab dan percaya satu sama lain. Dalam hal ini juga bertanya bentuk komunikasi informal yang terjadi.
- Melihat adanya interaksi non-formal antara humas dan media selama peliputan.
- Mengumpulkan dokumentasi acara informal yang menunjukkan adanya kedekatan personal.