

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Humas atau *Public Relations (PR)* menjadi tidak asing oleh banyak masyarakat, hal ini disebabkan oleh unit Humas yang ada dan berperan besar di dalam sebuah perusahaan, organisasi terutama instansi pemerintah. Peran Humas mengharuskan untuk bertemu dengan publik maupun *stakeholdernya* untuk menjalankan tugas dalam membangun hubungan baik dengan pihak-pihak tersebut. Hal ini membuat Humas menjadi salah satu aspek penting dalam sebuah instansi atau perusahaan, karena berfungsi dalam menentukan keberlangsungan suatu instansi atau perusahaan tersebut.

Menurut Harlow (dalam Ruslan 2017:16) Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Humas sebagai fungsi manajemen agar bisa menjaga jalur komunikasi internal maupun eksternal sebuah perusahaan atau instansi. Selain itu menurut Bernay (dalam Ruslan, 2017:18) mengatakan bahwa terdapat 3 fungsi utama

humas yaitu, memberikan penerangan terhadap masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung, berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan, lembaga sesuai sikap dan perbuatan masyarakat dan sebaliknya.

Humas dikenal dalam bagian pemerintahan yang merupakan ujung tombak dalam menyampaikan program dan kinerja pemerintah, sebagai corong atau sumber informasi dan diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan pengelolaan informasi di setiap instansinya serta mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam mensukseskan berbagai kegiatan pemerintah yang hasilnya dapat dinikmati oleh masyarakat sendiri (setkab.go.id).

Kegiatan Humas dari instansi pemerintahan adalah untuk membentuk citra dan memeliharanya agar tetap mendapat dukungan dari publik serta *stakeholdernya*, selain itu juga untuk mempengaruhi opini, persepsi publik terhadap instansi pemerintah tersebut. Semakin berkembangnya jaman terutama teknologi masyarakat menjadi semakin cerdas dalam menggunakan media-media komunikasi untuk mendapatkan informasi. Untuk itu sebagai instansi pemerintah yang harus memperhatikan, menjaga dan memelihara publiknya untuk tetap terinformasi. Dalam hal ini tentunya pihak instansi melalui Humas akan membutuhkan strategi.

Thompson (dalam Oliver 2007:2) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai hasil akhir: “hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Mintzberg (dalam Oliver 2007:2) juga menawarkan 5 kegunaan kata strategi yaitu,

sebuah rencana, sebuah cara, sebuah pola, sebuah posisi dan sebuah persepektif. Berdasarkan pengertian tersebut, dalam sebuah perusahaan atau lembaga sebuah strategi sangat erat keberadaannya dengan humas. Salah satu tugas humas adalah untuk menyalurkan informasi tentang perusahaan atau instansi pemerintah kepada publik sehingga dalam menjalankan tujuan itu diperlukan strategi. Maka, setiap perusahaan atau instansi memiliki Strategi Kehumasan yang berbeda-beda guna untuk membangun dan mencapai tujuan yang bersifat positif serta menguntungkan bagi pihak instansi pemerintah atau perusahaan.

Strategi Kehumasan adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas (*public relations plan*) Adnanputra (dalam Ruslan, 2017:134). Strategi Kehumasan seharusnya diarahkan pada upaya menggarap persepsi *stakeholders* dan sikapnya, jika berhasil akan menjadi suatu keuntungan bagi instansi karena persepsi dan sikapnya akan diperoleh dari *stakeholder* sebagai khalayak sasaran.

Pentingnya Strategi Kehumasan adalah untuk mengetahui persepsi dari luar serta dalam instansi atau perusahaan agar menjadi dasar dalam pengambilan tindakan kedepannya. Selain itu, tujuan Strategi Kehumasan juga untuk membaca kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang muncul dari luar maupun dalam agar organisasi dalam mencapai tujuan yang telah dibuat. Maka mengenai hal ini sebuah instansi harus melihat masyarakat di sekitarnya, dengan melakukan penyesuaian tersebut.

Pemerintah yang baik merupakan keinginan setiap masyarakat, apapun pekerjaan dan aktivitas yang dilakukan pemerintah baik pusat terutama daerah akan memperoleh perhatian yang besar dari masyarakat termasuk opini serta persepsi terhadap hal tersebut. Dapat dilihat bahwa suatu pemerintahan daerah sangat dekat dengan masyarakatnya dimana masyarakat memberikan kepercayaannya terhadap pekerjaan pemerintah daerah begitupula sebaliknya bahwa pemerintah daerah sebaiknya terbuka dan selalu memberikan informasi yang akurat dan faktual bagi masyarakat sehingga media massa menjadi sangat penting untuk menjembatani kedua belah pihak dalam proses informasi, publikasi program kerja atau kegiatan terbaru dan sekaligus sumber komunikasi untuk masyarakat dari pemerintah daerah.

Pada Strategi Kehumasan yang mengacu kepada opini dan persepsi serta informasi publiknya, ada faktor yang paling penting yaitu hubungan dengan media sebagai media yang akan mempublikasikan informasi dari dalam instansi hingga masyarakatnya. Menurut Jefkins (1992:99) hubungan media adalah untuk mencapai publikasi atau penyiaran semaksimal mungkin atas sebuah pesan. Pentingnya media dalam tugas humas karena media adalah salah satu alat kerja humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam instansi tersebut. Sedangkan hubungan media sendiri merupakan taktik atau Strategi Kehumasan pada saat ingin mencapai tujuan dari kegiatan humas yang dilakukan dalam hal ini pada instansi pemerintahan.

Menurut Ruslan (2017:167-168) Hubungan Media merupakan 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, karena peranan hubungan media sebagai saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan maka upaya peningkatan pengenalan (*awareness*) dan informasi atau pemberitaan dari pihak publikasi merupakan prioritas utama humas. Hal tersebut dikarenakan salah satu fungsi media atau pers adalah kekuatan dalam pembentuk opini (*power of opinion*) yang sangat efektif melalui media massa.

Pada dasarnya hubungan media bisa diartikan menurut Iriantara (2005:32) sebagai “bagian dari humas eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi”. Maka, perlu adanya hubungan baik antara kedua belah pihak. Dari sisi organisasi, membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa paling tidak menanggapi kebutuhan dan kepentingan media massa terhadap organisasi tersebut. Dasar dari watak komunikasi sendiri dalam humas adalah dua arah, maka praktik humas bukan hanya mengkomunikasikan keluar organisasi atau instansi melainkan juga menjadi komunikasi yang baik dari apa yang dikomunikasikan dari luar organisasi.

Menurut Hidayat (2014:71) ada dua hal yang penting sebagai tujuan kegiatan melalui hubungan media massa. Pertama, menjalin hubungan baik dan berkomunikasi dengan media massa. Kedua, menjadikan media massa sebagai mitra agar perusahaan bisa berkomunikasi dengan publiknya. Itu sebabnya hubungan media menjadi sangat strategis bagi setiap perusahaan atau instansi.

Peneliti akan meneliti salah satu pemerintah daerah kabupaten yang berada di Indonesia yaitu Kabupaten Nabire yang terletak di Provinsi Papua dengan ibu kota Kabupaten Jayapura. Alasan peneliti memilih Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire sebagai objek penelitian adalah karena instansi pemerintah bekerja untuk kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Nabire dan dekat dengan publikasi melalui media disekitarnya yang berkaitan dengan kegiatan Bupati dan Wakil Bupati serta jajarannya sehingga aspirasi dan masalah ditengah masyarakat dapat lebih mudah untuk didengarkan. Letak gedung juga berada di pusat kota yaitu Jl. Merdeka dan dekat dengan bandara serta mampu menjadi pusat perhatian masyarakat lokal maupun luar kota.

Pada penelitian ini peneliti hanya berfokus pada Bagian Humas sebagai humas dari Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire karena bagian ini merupakan penyambung antara instansi dan masyarakat terutama dalam hal informasi serta publikasi. Hal ini menjadi perlu untuk diteliti mengenai bagaimana Bagian Humas dalam menjalankan pekerjaan dan perannya sebagai humas serta kesulitan-kesulitan, program-program, taktik apa saja dan juga bagaimana Strategi Kehumasan Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire sebagai instansi pemerintah yang dekat dengan masyarakat agar menjadi terbuka antar kedua belah pihak.

Peneliti juga ingin meneliti mengenai apa yang dilakukan agar instansi pemerintah terus dapat menciptakan komunikasi dua arah, mengatur arus informasi antara kedua belah pihak. Maka, dalam hal ini Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire perlu membangun hubungan media yang

baik dengan sarana media yang telah melakukan kerja sama antara kedua belah pihak. Hal ini juga diperkuat dari ([dephub.go.id](http://dephub.go.id)) yang menyatakan bahwa pihak pemerintah membutuhkan peran media sebagai wadah untuk mensosialisasikan apa yang telah di kerjakan kepada masyarakat dan pihak media membutuhkan sebagai sumber berita, oleh sebab itu pemerintah harus menjalani hubungan baik dengan pihak media di manapun pemerintah berada.

Media - media yang ada di Kabupaten Nabire terdiri dari media cetak lokal konvensional yaitu koran Papua Pos Nabire, media online Nabire.net, media penyiaran pemerintah RRI dan media penyiaran swasta Swameka FM, RKM, Prodika dan Sang Surya FM dan juga media cetak Tabloid jubi. Melalui sedikit pengamatan di Kabupaten Nabire, peneliti melihat beberapa media diatas yang aktif melakukan penyiaran dan proses publikasi di Kabupaten Nabire. Adanya media-media tersebut, peneliti juga ingin melihat Strategi Kehumasan dari Bagian Humas dalam melakukan proses kerjasama dari awal pendekatan hingga terjalinnya hubungan baik. Hal ini dikarenakan humas memanfaatkan keberadaan media massa yang biasanya digunakan dalam menjalankan fungsi serta tugasnya didalam perusahaan maupun instansinya karena kegiatan humas selalu bertumpu pada komunikasi dan relasi.

Pemerintah harus mengetahui cara kerja media dan media juga harus mengetahui apa yang diperlukan pemerintah agar dapat dijadikan narasumber untuk pemberitaan tersebut, sehingga pemerintah perlu melakukan segala macam strategi untuk media karena kebutuhan terhadap media agar terhindar dari hubungan yang tidak diinginkan antar kedua belah pihak. Untuk itu, adanya



hubungan media dijalankan untuk mencapai tujuan humas secara keseluruhan sama halnya dengan hubungan-hubungan lainnya.

Secara garis besar, setiap bidang-bidang kerja dalam divisi humas mengacu pada visi, misi dan tujuan humas atau dapat juga diartikan bahwa visi, misi, tujuan humas kemudian diuraikan dan dipilih-pilih kedalam sasaran yang hendak dicapai oleh bidang-bidang kerja yang berada di bawahnya seperti hubungan media, hubungan karyawan, hubungan komunitas dan lainnya. Maka, diperlukannya Strategi Kehumasan dalam menjalankan tugasnya untuk mencapai tujuan. Untuk itu Strategi Kehumasan yang disusun tidak lepas dari strategi yang telah dikembangkan oleh organisasi atau lembaga untuk mencapai tujuannya.

Maka peneliti ingin menggali dan mengetahui Strategi Kehumasan Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire dalam membangun hubungan media. Berdasarkan hal tersebut, salah satu alasan peneliti yaitu di Kabupaten Nabire sendiri dapat dikatakan masyarakat sudah mulai melek dengan adanya media baik itu media sosial ataupun media massa konvensional dan media massa elektronik. Namun, yang sering menjadi masalah adalah jaringan internet yang sering mengalami gangguan sehingga masyarakat akan mengalami sedikit gangguan dalam mengakses informasi dan kegiatan serta program kerja yang dilakukan oleh pemerintah daerah ([jubi.co.id](http://jubi.co.id)).

Peneliti melihat media konvensional berupa koran yaitu Papua Pos yang masih sangat banyak digunakan oleh masyarakat dan juga Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire sehingga media konvensional ini seperti menjadi media yang



paling tepat bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire untuk memberikan publikasi. Lalu, memunculkan pertanyaan yang menjadi permasalahan kepada peneliti apakah Pemerintah Daerah hanya menggunakan media konvensional atau media yang lainnya sebagai sarana publikasi. Selain itu, Kabupaten Nabire juga merupakan kabupaten yang sedang berkembang sehingga perlu diperhatikan mengenai kerjasama dengan media-media yang ada di sekitarnya.

Salah satu alasan utama peneliti juga dengan melihat fakta bahwa teknologi semakin canggih dan SDM semakin berkualitas sedangkan fakta yang ada di lapangan adalah Bagian Humas kurang memiliki fasilitas yang memadai serta SDM yang cukup handal dalam melakukan proses publikasi sehingga peran wartawan sebagai media sangat diperlukan bantuannya dalam memberikan informasi dan publikasi kepada masyarakat karena pemerintah melakukan kegiatan setiap hari. Hal tersebut menjadi dasar munculnya ide mengenai bagaimana Strategi Kehumasan dalam Hubungan Media pada Bagian Humas karena media sangat berkontribusi dalam kegiatan pemerintah daerah dalam penelitian ini di Kabupaten Nabire

Kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi dalam memperoleh keterbukaan informasi dan juga kabupaten yang sedang berkembang dari hal ini dapat dilihat seberapa banyak media massa yang digunakan dalam membangun hubungan untuk memberikan publikasi dan publisitas mengenai Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire. Untuk itu, peneliti memilih Strategi Kehumasan dalam membangun hubungan media sebagai objek dari penelitian ini untuk mendapatkan jawaban dari penelitian ini.

Penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2013 oleh Lowina Mindasari Br. Ginting, seorang mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan judul penelitian “Strategi Kehumasan Pemerintah Daerah Kabupaten Karo Dalam Membentuk Citra Positif”. Penelitian ini dilakukan dengan metodologi penelitian yang berdasarkan jenis penelitiannya adalah deskriptif dan penyajian data dilakukan secara kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan observasi, lalu peneliti juga menggunakan data sekunder terkait objek penelitiannya. Selain itu, penelitian lainnya yang kedua dilakukan pada tahun 2014 oleh Gusti Ngurah Agus Adi Putra, seorang mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Pemulihan Citra Humas Pemerintah Provinsi Melalui Media Local (Studi Kasus Pasca Perseteruan Gubernur Bali Dengan Media Balipost Tahun 2012)”. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Lowina Mindasari Br. Ginting dan Gusti Ngurah Agus Adi Putra dengan penelitian yang akan dilakukan adalah ingin mengetahui Strategi Kehumasan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah yang mana menjadi perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada obyek dari ketiga penelitian. Pada penelitian sebelumnya, obyek yang digunakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Karo khususnya citra Pemerintah Kabupaten Karo tersebut sedangkan pada penelitian ini adalah Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire dalam membangun Hubungan Media. Begitu pula dengan pemerintah Provinsi Bali dengan media lokal. Maka, Peneliti lebih berfokus dalam mencari dan menggali mengenai citra instansi

pemerintahnya, karena citra pemerintah daerah sudah buruk ditengah masyarakat sehingga peneliti melakukan penelitian mengenai bagaimana Strategi Kehumasan Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Karo dan Provinsi Bali dalam membentuk citra yang positif.

Maka, pada penelitian ini peneliti akan fokus pada Strategi Kehumasan dalam membangun hubungan media, serta bagaimana hubungan antara kedua belah pihak instansi dengan media yang sering mempublikasikan mengenai kegiatan Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire melalui Strategi Kehumasan karena pasti akan ada sasaran dan juga sarana untuk melakukan hal tersebut dan juga tugas dan kegiatan humas tidak terlepas dari publikasi dan publisitas sehingga perlu adanya membangun hubungan dengan media massa disekitarnya. Demikian hal tersebut yang menjadi dasar atas penelitian ini.

### **B. Rumusan Masalah**

Melihat judul dan latar belakang yang di teliti, dapat dirumuskan sebuah rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Strategi Kehumasan dalam Hubungan Media di Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi Kehumasan dalam hubungan media di Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Akademis**

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan atau sumbangan pemikiran dalam penelitian ilmu komunikasi selanjutnya terutama pada konsep yang berhubungan dengan strategi kehumasan dalam hubungan media.

### **2. Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan berguna bagi praktisi humas dalam menyusun strategi kehumasan suatu lembaga atau organisasi khususnya dalam hal ini yaitu Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire dalam hubungan media.

## **E. Kerangka Teori**

Pada penelitian ini, terdapat teori-teori yang akan menjadi dasar untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang akan dilakukan di Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire. Untuk meneliti strategi kehumasan di Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire dalam hubungan media, peneliti menggunakan beberapa teori dalam penelitian ini. teori- teori yang akan digunakan adalah teori humas, humas pemerintah, Strategi Kehumasan , *stakeholder* media, hubungan media, Strategi Kehumasan untuk menjalin relasi dengan media.

Setiap teori yang peneliti gunakan merupakan dasar dalam mendapatkan data dilapangan. Teori Humas adalah untuk mengetahui peran Humas. Teori kedua,

Humas Pemerintah adalah untuk mengetahui peran Humas dalam instansi pemerintahan. Teori ketiga, Strategi Kehumasan adalah untuk mengetahui strategi apa yang digunakan dalam hubungan media. Teori keempat, *stakeholder* media adalah untuk mengetahui media merupakan salah satu *stakeholder* utama dalam hal ini Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Teori kelima, hubungan media adalah untuk mengetahui hubungan media dengan Bagian Humas. Teori keenam, Strategi Kehumasan untuk menjalin relasi dengan media adalah untuk mengetahui bagaimana strategi kehumasan dalam menjalin hubungan media dalam hal ini di Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire.

## 1. Humas

Pada kalangan masyarakat sudah tidak asing lagi dengan istilah *Public Relations*, jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia dapat menjadi Hubungan Masyarakat atau Humas. Istilah humas lebih sering digunakan di lembaga atau instansi pemerintahan. Pengertian atau definisi humas sendiri sudah banyak diartikan oleh para teoritis dengan semakin berkembangnya jaman. Salah satu pengertian yang paling sering digunakan adalah sebagai fungsi manajemen seperti Menurut Harlow (dalam Ruslan 2017:16) bahwa humas adalah:

*“Fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama”*

humas sebagai fungsi manajemen agar bisa menjaga jalur komunikasi internal maupun eksternal sebuah perusahaan atau instansi.

Dalam sebuah perusahaan atau instansi, humas diharapkan untuk menjadi “mata” dan “telinga” serta “tangan kanan” dari top manajemennya. Tugas humas dalam sebuah perusahaan menurut Ruslan (2017:23) yaitu lembaga atau instansi meliputi aktivitas membina hubungan ke dalam (*public internal*) yang mana adalah publik yang menjadi bagian dari unit, badan, perusahaan atau organisasi itu sendiri, lalu membina hubungan keluar (*publik eksternal*) yang mana adalah publik umum (masyarakat). Humas mengusahakan untuk tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Pada dasarnya humas sendiri sebagai alat manajemen yang modern dan terstruktur yang mana secara integral merupakan bagian integral dari suatu organisasi atau perusahaan sehingga humas bukan merupakan fungsi yang terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi serta perusahaan namun bersifat melekat pada manajemen perusahaan. Hal ini yang membuat Humas dapat melakukan komunikasi dua arah timbal balik antara perusahaan atau instansi yang diwakili dengan publiknya.

Sesuai dengan peran yang dilakukan turut menentukan sukses atau tidaknya sebuah visi, misi serta tujuan dari perusahaan atau instansi tersebut. Maka Peranan umum dari humas dalam manajemen suatu perusahaan dapat dilihat dari aktivitas pokok humas yaitu, mengevaluasi sikap atau opini publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi, perusahaan atau instansinya, merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas humas.

Berikut adalah Manajemen Humas melalui fungsi atau beberapa tahapan yaitu:

1. Perencanaan (*planning*)
2. Pengorganisasian (*organizing*)
3. Pengkomunikasian (*communicating*)
4. Pengawasan (*controlling*)
5. Penilaian (*evaluating*)

Cutlip dan Center (dalam Ruslan 2017:25) mengungkapkan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya. Humas memiliki kemampuan untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan atau instansi yang diwakilinya dengan publik internal dan eskternal.

Selain itu, berupaya untuk menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut. Maka, dalam sebuah instansi pemerintah merupakan keharusan secara fungsinya dalam upaya untuk menyebarkan publikasi tentang suatu kegiatan instansi, sehingga humas merupakan sebuah alat saluran yang tepat untuk memperlancar penyebaran informasi melalui media massa yang telah menjalin kerja sama bersama.

Hal ini berarti bagaimana Humas dapat melakukan komunikasi timbal balik (*two ways communication*) dengan tujuan menciptakan saling pengertian



(*mutual understanding*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling mempercayai (*mutual confident*), menciptakan *good will*, memperoleh dukungan publik (*public support*) kepada instansi pemerintah dari publiknya.

Definisi dari *institute of Public Relations* di Inggris (dalam Jefkins 1992:1) menyatakan bahwa:

*“Humas adalah kegiatan yang dilakukan secara sengaja. Direncanakan dan berlangsung secara kesinambungan untuk membina dan mempertahankan saling pengertian antar suatu organisasi dengan masyarakat, tujuannya adalah untuk membina dan mempertahankan saling pengertian antara kedua belah pihak”*

Menurut Jefkins (1992:2) humas merupakan segala bentuk komunikasi berencana ke-luar dan ke-dalam antara sebuah organisasi dengan masyarakat untuk tujuan memperoleh sasaran-sasaran tertentu yang berhubungan dengan saling pengertian (*mutual understanding*).

Baskin *et al* (dalam Oliver 2007:11) mendefinisikan humas dalam fungsi manajemen yang membantu mencapai tujuan organisasi, mendefinisikan filosofi, dan melakukan komunikasi dengan semua publik internal dan eksternal yang relevan untuk mengembangkan hubungan positif dan untuk menciptakan konsistensi serta tujuan organisasional dengan harapan masyarakat. Para praktisi humas mengembangkan, melaksanakan, dan mengevaluasi program-program organisasional yang mempromosikan pertukaran pengaruh dan pemahaman antara bagian konstituen organisasi atau instansi dengan publik.

## 2. Humas Pemerintah

Istilah Humas dikenal sebagai *Public Relations*, namun istilah humas sering digunakan di dalam instansi pemerintah. Perbedaan antara tugas dan fungsi Humas pemerintah adalah humas lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umum. Melalui adanya unit atau program kerja humas, pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan tentang tindakan tertentu atau kebijaksanaan dan juga aktivitas pemerintahannya.

Menurut Millet (dalam Ruslan 2017:341-342), humas dalam lembaga pemerintahan melaksanakan tugas utama yaitu:

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat masyarakat (*learning about public and aspiration*).
2. Kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire* )
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang di peroleh antra hubungan publik dengan para aparat pemerintah (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).

4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga atau instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what an agency is doing*).

Keberadaan Humas di sebuah instansi milik pemerintah merupakan keharusan dalam upaya menyebarluaskan atau mempublikasikan suatu kegiatan atau aktivitas instansi yang ditujukan baik untuk hubungan masyarakat kedalam, maupun kepada masyarakat luar. Pada umumnya tugas-tugas dari pihak Humas instansi atau Humas lembaga pemerintah menurut Dimmoel dan Koenig (dalam Ruslan, 2017:142) adalah sebagai berikut:

- a. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja.
- b. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program di berbagai bidang, sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional
- c. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah yang bersangkutan perlu di pelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Humas dalam lembaga pemerintah merupakan suatu alat atau saluran (*the PR as tools or channels of government publication*) untuk memperlancar interaksi

dan penyebaran informasi melalui kerjasama dengan pihak pers, media cetak atau media elektronik.

Tugas pokok humas bertindak sebagai komunikator, membantu mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi pemerintah, membangun hubungan baik dengan berbagai publik hingga menciptakan opini masyarakat hal ini yang menjadikan humas mempunyai peran ganda yaitu fungsi keluar berupa memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi kepada masyarakat sebagai khalayak masyarakat, sedangkan kedalam wajib menyerap reaksi aspirasi atau opini khalayak.

### **3. Strategi Kehumasan**

Melihat tugas pokok humas yang bertindak sebagai komunikator, membantu mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi pemerintah serta membangun hubungan baik dengan berbagai pihak serta menciptakan opini masyarakat. Hal ini Memberikan tugas bagi Humas untuk membentuk sebuah strategi agar dapat menjalankan tugas dengan maksimal dan terarah. Seperti yang dijelaskan oleh Dr. Rex Harlow (dalam Ruslan 2017:130) mengenai definisi kerja humas, yaitu:

*“Humas merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama”*

Artinya, humas membantu memelihara saluran komunikasi ke dalam dan ke luar agar tercapai saling pengertian atau kerja sama antara organisasi dan publiknya.

Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan strategi yang merupakan pelaksanaan dan perencanaan yang akan digunakan dalam mencapai tujuan

rencana tersebut. selain itu, Strategi juga sebagai bentuk penentuan tujuan dan sasaran usaha jangka panjang, karena tugas Strategi Kehumasan pemerintah bersifat jangka panjang yang mana berperan secara aktif dalam proses pengambilan keputusan, memberikan sumbang saran, gagasan dan ide.

Menurut Adnanputra (dalam Ruslan 2017:133) strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen. Strategi Kehumasan adalah alternatif optimal yang dipilih untuk di tempuh guna mencapai tujuan Humas dalam kerangka suatu rencana humas (*public relations plan*). Strategi Kehumasan dibentuk melalui dua komponen yang saling terkait erat yaitu:

Tabel 1

Dua komponen Pembentukan Strategi Kehumasan

No.	<i>Komponen</i>	<i>Pembentukan Strategi humas</i>
1.	Komponen sasaran	Satuan atau sekmen yang akan di garap
2.	Komponen sarana	paduan atau bauran sarana untuk mengarap suatu sasaran

(sumber: Ruslan, 2017:135)

Komponen sasaran adalah para *stakeholder* dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Lalu komponen sarana yang pada Strategi Kehumasan berfungsi untuk mengarahkan ketiga kemungkinan ke arah posisi yang meguntungkan. Hal tersebut dilaksanakan melalui pola dasar “*The 3-C’s option*”

(*Conservation, Change dan Crystallization*) dari *stakeholder* yang disegmentasikan menjadi publik sasaran yaitu sebagai berikut:

Tabel 2

The 3-C's Option

No.	<i>Komponen</i>	<i>Strategi Kehumasan</i>
1.	Mengukuhkan ( <i>conservation</i> )	Terhadap opini yang aktif-Pro ( <i>Proponen</i> )
2.	Mengubah ( <i>Change</i> )	Terhadap opini yang aktif -Contra ( <i>oponen</i> )
3.	Mengkristalisasi ( <i>crystallization</i> )	Terhadap opini yang pasif ( <i>Uncommitted</i> )

(*sumber: Ruslan, 2017 :135*)

Landasan umum dalam proses penyusunan Strategi Kehumasan , menurut Adnanputra (dalam Ruslan 1998:113) adalah:

1. Mengidentifikasi permasalahan yang muncul
2. Identifikasi unit-unit sasarannya
3. Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sasarannya.
4. Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasarannya.
5. Pemilihan opsi atau unsur taktikal Strategi Kehumasan .
6. Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijakan atau peraturan pemerintah dan lain sebagainya.

7. Langkah terakhir menjabarkan Strategi Kehumasan dan taktik atau cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan, dilaksanakan, mengkomunikasikan dan penilaian atau evaluasi kerja.

Dalam menyelesaikan studi kasus dan penyusunan program taktikal serta Strategi Kehumasan yang ada didalam perusahaan atau instansi pemerintah tersebut perlu adanya untuk mengetahui komponen-komponen sebagai “pembentuk strategi perusahaan”. Dalam pembentukan strategi tersebut akan dipengaruhi oleh unsur-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi, atau arah, tujuan dan sasaran dari suatu pola yang menjadi dasar budaya perusahaan tersebut.

Disamping itu, humas berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara Humas dan masyarakat untuk mewujudkan tujuan bersama. Menurut Ruslan (2017:142) fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui berbagai macam aspek –aspek pendekatan Humas ke-publik sebagai Strategi Kehumasan yaitu:

1. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program Humasyang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai berlaku di masyarakat. Hal ini dapat dilihat bahwa cermin opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat dalam media massa. Artinya pihak Humas mutlak bersikap untuk mendengar



(*listening*) bukan sekedar (*hear*) mengenai aspirasi dari masyarakat baik menyangkut etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dimuat sebagai acuan dalam strategi operasional Humas.

2. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Humas adalah menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya, baik bersifat mendidik dan memberikan penerangan maupun dengan melakukan pendekatan persuasif agar tercipta saling pengertian.

3. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial Humas

Menumbuhkan sikap bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan memperoleh keuntungan sepihak dari publik sasarnya (masyarakat) tetapi memperoleh keuntungan bersama.

4. Pendekatan Kerjasama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik ditujukan hubungan kedalam (*internal relations*) maupun hubungan keluar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerjasama. Dalam menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya, untuk memperoleh opini publik dan perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutual understanding*)

5. Pendekatan Koordinatif dan Integratif

Memperluas peranan Humas masyarakat, maka fungsi Humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga atau perusahaannya.

Pada saat melakukan proses pembuatan strategi dalam Humas, hal ini melibatkan pengambilan keputusan tentang tujuan dan sasaran program, pengenalan publik utama, penetapan kebijakan atau sasaran untuk menjadi pedoman pemilihan strategi.

Selain itu, Ruslan (2017:144) menyatakan dengan adanya penjelasan langkah-langkah dari berbagai aspek pendekatan dan strategi komunikasi Humas dalam upaya untuk menjalin berbagai hubungan positif dengan publik internal dan publik eksternal diatas, dapat ditarik suatu pengertian yang mencakupi perananan Humas diberbagai kegiatan di lapangan, yaitu:

1. menginformasikan (*to inform*);
2. menerangkan (*to explain*);
3. menyarankan (*to suggest*);
4. membujuk (*to persuade*);
5. mengundang (*to invite*);
6. meyakinkan (*to convince*).

#### **4. Stakeholder Media**

Pada sebuah organisasi dengan adanya publik-publik yang perlu dibina dan ditingkatkan, maka akan menjadi sulit jika sebuah organisasi untuk mengembangkan relasi dengan publiknya tanpa media komunikasi. Berdasarkan hal tersebut, membangun hubungan baik dengan media massa

menjadi sangat penting. Media massa dapat dijadikan mitra untuk memaksimalkan pengkomunikasian informasi, citra atau gagasan yang berasal dari organisasi kepada publik-publiknya.

*Media relations* atau hubungan media dijalankan untuk melayani kelompok publik, kelompok publik ini memiliki kemampuan berkomunikasi dengan khalayak luas yang didalamnya ada publik organisasi. hubungan media berarti membangun komunikasi yang harmonis dengan kelompok publik atau *stakeholder* organisasi. pada intinya, menurut Iriantara (2005:28) hubungan media merupakan upaya mengembangkan relasi strategis organisasi dengan publiknya. Oleh sebab itu, hal di atas menjelaskan bahwa hubungan media merupakan publik dari organisasi maupun instansi, sehingga hal ini menjadikan media sebagai *stakeholder* dari organisasi atau instansi tersebut.

Humas sebagai fungsi manajemen atau nama salah satu unit organisasi, Humas membagi publik organisasi menjadi publik internal dan publik eksternal. Berdasarkan pertimbangan publik, maka kegiatan Humas yang akan dijalankan organisasi dapat dikategorikan menjadi *external relations* dan *internal* Humas. Publik internal adalah publik yang berada di dalam lingkungan organisasi sedangkan publik eksternal adalah publik yang berada di luar organisasi. Dalam hal ini, salah satu publik eksternal dari Humas adalah media.

## 5. Hubungan Media

Hubungan media atau sering juga dikenal sebagai *media relations* dapat disebut sebagai pendekatan dalam sebuah perusahaan atau instansi dalam menjaga keterbukaan dan jalur informasi untuk itu kegiatan hubungan media sangat penting. Hubungan media dan pers merupakan alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi Humas dengan publik.

Menurut Ruslan (2017:167-168) menyatakan bahwa peranan hubungan media dan pers dalam Humas dapat sebagai saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan maka upaya peningkatan pengenalan (*awareness*) dan informasi atau pemberitaan dari pihak publikasi merupakan prioritas utama Humas. Hal ini dikarenakan salah satu fungsi pers atau media adalah kekuatan pembentuk opini (*power of opinoin*) yang sangat efektif dalam media massa). Maka dapat dikatakan hubungan media sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau kelancaran aktivitas komunikasi Humasdengan pihak publik.

Hubungan media menempati posisi penting dalam pekerjaan Humas karena media massa menjadi penjaga gawang (*gatekeepers*) dan mengontrol informasi yang mengalir ke masyarakat dalam suatu sistem sosial. Selain itu, menurut Lesly dalam (Darmastuti 2012:52) hubungan media merupakan kegiatan yang

berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi.

Dalam aktivitas Humas ada pula upaya peningkatan publikasi yang bertujuan pengenalan (*awareness*) mencari publisitas (*publicity*) yang bertujuan untuk mempengaruhi opini publik melalui media massa. Humas sering mengadakan kerja sama dengan pihak wartawan baik secara fungsional maupun individual yang biasanya dilakukan melalui berbagai cara. Kerja sama dalam kegiatan proses publikasi dengan pihak pers di wujudkan dengan dua cara yaitu:

### **1. Kontak secara formal**

Jenis-jenis hubungan media yang dapat dilakukan oleh pihak Humas untuk mengundang wartawan melalui kontak formal atau secara resmi adalah sebagai berikut:

#### **1. Konferensi Pers (*Press Conference*)**

Sebuah pertemuan khusus dengan pihak media yang bersifat resmi dan sengaja dilakukan oleh Humas yang bertindak sebagai narasumber dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang tengah dihadapinya dalam bentuk acara jumpa pers yang telah ditetapkan waktu, tempat, tema dengan sekelompok wartawan.

#### **2. Wisata Pers (*Press Tour*)**

Sejumlah wartawan berasal dari berbagai media massa yang telah dikenal baik oleh Humas bersangkutan untuk diajak wisata

kunjungan ke suatu *event* khusus, atau peninjauan ke luar kota bersama dengan pejabat instansi atau pimpinan perusahaan sebagai pengundang selama lebih dari satu hari untuk meliput secara langsung kegiatan tersebut.

### 3. Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering*

Pertemuan pers ini merupakan jamuan pers atau wartawan yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal. *Event* olahraga bersama, kumpul bersama dalam acara ulang tahun perusahaan, pada acara keagamaan bersama dengan pihak Humas diluar tugas fungsionalnya.

### 4. Taklimat Pers (*Press Briefing*)

Pertemuan ini termasuk ke dalam jumpa pers resmi yang diselenggarakan secara periodik tertentu, seperti pada awal atau akhir bulanan atau tahunan oleh pihak Humas atau pimpinan perusahaan, dan pejabat tinggi instansi bersangkutan.

## 2. Kontak informal

Selain jenis-jenis hubungan media yang dilakukan dengan kontak formal atau secara resmi, berikut adalah cara melakukan hubungan media secara tidak resmi melalui kontak informal yaitu:

### 1. Keterangan Pers (*Press Statement*)

Keterangan pers akan dilakukan kapan dan dimana saja oleh nara sumber, tanpa ada undangan resmi, mungkin cukup pemberitahuannya melalui telepon kepada wartawan bersangkutan.

## 2. Wawancara Pers (*Press Interview*)

Wawancara pers merupakan inisiatif dari pihak pers atau wartawan setelah melalui perjanjian atau konfirmasi dengan nara sumbernya.

Narasumbernya pun terbatas, mungkin satu atau dua orang untuk dimintakan pendapat, komentar atau keterangan.

Jenis penulisan naskah untuk dikirim dan dimuat media massa antara lain adalah sebagai berikut:

1. *Press release* : informasi tertulis atau naskah berita.
2. *Feature* : keterangan khas.
3. Artikel : naskah opini.
4. *Advertorial* (pariwara) : iklan berupa artikel.
5. Surat pembaca : memberikan hak jawab kepada masyarakat

Hubungan media adalah bagian dari fungsi Humas yang harus dikerjakan secara sempurna, karena Humas merupakan ujung tombak atau juru bicara atau orang yang pertama dalam mengimpun semua sumber informasi. Menurut Hidayat (2014:79) untuk memudahkannya Humas dapat menggandeng media massa sebagai rekan kerjanya dalam hal menyampaikan informasi, hubungan kedua belah pihak dapat memberikan manfaat seperti:



- a) Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab perusahaan dan media massa
- b) Membangun kepercayaan yang saling memberikan manfaat dari kedua belah pihak
- c) Sebagai sarana efektif dalam hal peroleh informasi dan pengetahuan yang berguna bagi publik

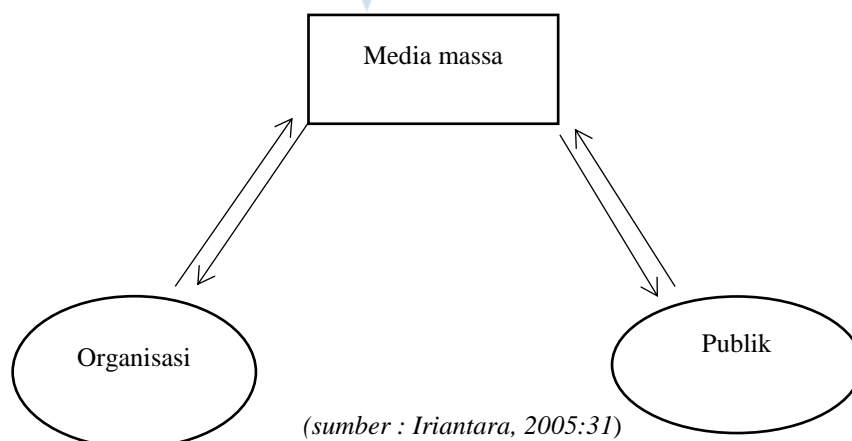
Menurut Iriantara (2005:29) bisa dilihat keterkaitannya untuk membentuk pengertian hubungan media:

*“Pertama, hubungan media itu berkenaan dengan media komunikasi. Media komunikasi ini diperlukan karena menjadi sarana yang sangat penting dan efisien dalam berkomunikasi dengan publik. Agar komunikasi dengan publik tersebut bisa terpelihara, maka segala kepentingan media massa terhadap organisasi mesti direspons organisasi. Tujuannya adalah untuk keberhasilan program. Dalam pengertian hubungan media tersebut, bila diringkaskan kurang lebih bisa menjadi: mempromosikan organisasi melalui media massa. Kedua, hubungan media itu pada dasarnya berkenaan dengan pemberian informasi atau memberi tanggapan pada media pemberitaan atas nama organisasi atau klien. Karena berhubungan dengan media massa itulah, maka ada yang menyebutkan bahwa hubungan media itu merupakan fungsi khusus di dalam suatu kegiatan atau program Humas”*

Secara sederhana jika digambarkan arus komunikasi dalam praktik hubungan media akan muncul seperti berikut:

Bagan 1

Arus Komunikasi dalam Hubungan Media



(sumber : Iriantara, 2005:31)

## **6. Strategi Kehumasan Untuk Menjalinkan Relasi Dengan Media**

Pihak dari Humas akan melakukan tugasnya dengan baik termasuk dalam melakukan hubungan dengan media namun perlu didukung dengan strategi media yang baik dan efektif agar hubungan antar kedua belah pihak dapat berjalan dengan baik. Menurut Jefkins (dalam Hidayat, 2014:69) definisi dari hubungan media adalah kegiatan untuk memperoleh pemuatan atau penyiaran secara maksimal tentang informasi Humas yang disampaikan untuk memberikan pengetahuan dan menciptakan pengertian publiknya.

Pada prinsipnya kegiatan Humas selalu bertumpu atau berdasarkan pada komunikasi dan relasi pihak terkait. Adanya Humas dalam organisasi atau perusahaan dapat berkomunikasi dan berelasi dengan publik-publiknya. Dalam kegiatan menjalin komunikasi dan relasi, organisasi atau perusahaan memerlukan media massa, oleh karena itu hubungan media menjadi bagian penting dalam dunia Humas.

Menurut Hidayat (2014:71) hubungan media sebagai upaya Humas membangun dan mengembangkan relasi dengan media untuk menjangkau publik guna meningkatkan kepercayaan dan loyalitas publik. Ada dua hal yang penting sebagai tujuan kegiatan melalui hubungan media, yaitu:

1. Menjalinkan hubungan baik dan berkomunikasi dengan media massa.
2. Menjadikan media massa sebagai mitra agar perusahaan bisa berkomunikasi dengan publiknya.

Berdasarkan hal tersebut, hubungan media menjadi strategi bagi setiap organisasi atau perusahaan dalam berkomunikasi dan menjalin relasi dengan publik-publik sekitarnya.

Menurut Jefkins (dalam Hidayat, 2014:69) definisi dari hubungan media adalah:

*“kegiatan untuk memperoleh pemuatan atau penyiaran secara maksimal tentang informasi Humas yang disampaikan untuk memberikan pengetahuan dan menciptakan pengertian publiknya. Hubungan media atau media relations bukanlah Humas, karena hubungan media merupakan bagian dari Humas sebagai strategi dalam pelaksanaan fungsi Humas”*

keduanya sangat saling mempengaruhi sebab tanpa adanya hubungan media tentu akan sangat sulit bagi Humas dalam mensosialisasikan informasi terkait dengan perkembangan dan kebutuhan dari publiknya.

Maka, Jefkins juga menguraikan beberapa prinsip umum untuk membina hubungan media yang baik, yaitu:

1. *By servicing the media* yaitu memberikan pelayanan kepada media seperti membangun kerja sama dengan media yang akan menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.
2. *By establishings reputations for reliability* yaitu strategi dalam menegakkan suatu reputasi agar dapat dipercaya dengan cara menyiapkan bahan informasi akurat dimana dan kapanpun pada saat diperlukan. Untuk membangun kepercayaan masyarakat, perusahaan atau organisasi tidak bisa hanya mengandalkan promosi atau memasang iklan di media massa. Perusahaan dan organisasi

harus melakukan kegiatan untuk membangun reputasi perusahaan supaya dapat dipercaya oleh masyarakat.

3. *By supplying good copy* yaitu memasok naskah informasi yang baik dengan cara memberikan naskah yang baik, menarik perhatian, pengadaan gambar, teks dengan baik. Selain itu demikian juga dengan *press release* ke media massa sehingga hanya perlu sedikit revisi atau penulisan. Selain itu juga dapat dilakukan dengan cara memberikan *news release* yang baik dan benar, tujuannya supaya dapat dimuat.
4. *By cooperations in providing material* yaitu strategi melakukan kerja sama yang baik dalam menyediakan bahan informasi. Misalnya merancang wawancara pers dengan seseorang yang dibutuhkan pers pada saat itu. Selain itu, penekanan dalam strategi ini lebih kepada penghargaan pada media massa termasuk pekerja medianya.
5. *By providing verification facilities* yaitu strategi ini lebih kepada penyediaan fasilitas yang memadai. Misalnya memberikan fasilitas yang dibutuhkan wartawan sewaktu menggali berita. Tujuannya adalah pekerja merasa nyaman dalam bekerja, ketika melakukan peliputan terhadap organisasi dimana Humas berada.
6. *By building personal relationship with media* yaitu strategi membangun hubungan secara personal dengan media. Hal ini mendasari keterbukaan dan saling menghormati profesi

masing-masing. Hubungan personal yang baik anatar Humas dengan pekerja media diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk membangun keterbukaan dan saling menghormati antar profesi masing-masing kedua belah pihak.

Pada dasarnya hubungan media bisa diartikan “merupakan bagian dari Humas eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi”. Maka, perlu adanya hubungan baik antara kedua belah pihak.

Dalam hal ini, dari sisi organisasi membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa terhadap organisasi tersebut. Hal ini menurut Iriantara (2005:32) disebabkan karena watak komunikasi dalam Humas adalah dua arah, maka praktik hubungan media pun bukan hanya mengkomunikasikan keluar organisasi melainkan juga menjadi komunikasi yang baik dari apa yang dikomunikasikan dari luar ke organisasi

## **F. Kerangka Konsep**

Pada kerangka konsep, peneliti akan menjelaskan dasar konsep yang digunakan dalam penelitian skripsi ini untuk menjadi pegangan bagi peneliti dalam menulis penelitian ini.

## 1. **Humas Pemerintah**

Menurut Millet (dalam Ruslan 2017:341-342), Humas dalam lembaga pemerintahan melaksanakan tugas utama yaitu :

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat masyarakat (*learning about public and aspiration*).
2. Kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi pemerintah seperti yangdikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire* )
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antra hubungan publik dengan para aparat pemerintah (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga atau instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what an agency is doing*).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat bagaimana Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire dalam menjalankan tugasnya sebagai Humas dalam lembaga pemerintahan. Untuk itu, konsep ini merupakan dasar Humas dalam mengerjakan tugas dan kegiatannya.

## 2. Strategi Kehumasan

Strategi Kehumasan adalah alternatif optimal yang dipilih untuk di tempuh guna mencapai tujuan Humas dalam kerangka suatu rencana Humas (*Humas plan*). Dalam definisi tersebut menjelaskan bahwa Strategi Kehumasan merupakan alternatif optimal dalam mencapai tujuan sebuah instansi atau perusahaan.

Humas bertujuan untuk menegakkan dan mengembangkan suatu citra yang menguntungkan bagi organisasi atau instansi. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi kegiatan Humas diarahkan untuk membawa persepsi para stakeholder sebagai khalayak sasaran.

Humas berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara Humas dan masyarakat untuk mewujudkan tujuan bersama. Menurut Ruslan (2017:142) fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui berbagai macam aspek –aspek pendekatan Humas kepada publiknya sebagai sebuah Strategi Kehumasan yaitu:

### 1. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program Humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai berlaku di masyarakat. Hal ini dapat dilihat bahwa cermin opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat dalam media massa. Artinya pihak Humas mutlak bersikap untuk mendengar



(*listening*) bukan sekedar (*hear*) mengenai aspirasi dari masyarakat baik menyangkut etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dimuat sebagai acuan dalam strategi operasional Humas.

3. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Humas adalah menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya, baik bersifat mendidik dan memberikan penerangan maupun dengan melakukan pendekatan persuasif agar tercipta saling pengertian.

4. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial Humas

Menumbuhkan sikap bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan memperoleh keuntungan sepihak dari publik sasarnya (masyarakat) tetapi memperoleh keuntungan bersama.

5. Pendekatan Kerjasama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik ditujukan hubungan kedalam (*internal relations*) maupun hubungan keluar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerjasama. Dalam menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya, untuk memperoleh opini publik dan perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutual understanding*)

6. Pendekatan Koordinatif dan Integratif

Untuk memperluas peranan Humas masyarakat, maka fungsi Humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga atau perusahaannya.

pendekatan-pendekatan yang dilakukan tersebut bertujuan pada publiknya, sehingga pendekatan yang dilakukan merupakan proses Strategi Kehumasan kepada publiknya untuk membentuk hubungan yang baik.

Proses pembuatan strategi dalam Humas melibatkan pengambilan keputusan tentang tujuan dan sasaran program, pengenalan publik utama, penetapan kebijakan atau sasaran untuk menjadi pedoman pemilihan strategi. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana strategi kehumasan yang digunakan oleh Bagian Humas serta pembentukan strategi tersebut yang sesuai dengan sasaran serta sarannya agar mencapai keuntungan dari kedua belah pihak.

### **3. Hubungan Media**

Dalam pengertiannya menurut Yosol Iriantara (2005:32) menjelaskan bahwa hubungan media adalah untuk membangun, membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publik untuk mencapai tujuan organisasi. Selain itu, hubungan media merupakan bagian dari tugas pokok dan fungsi dari Humas eksternal sebuah instansi atau perusahaan. Pada intinya, hubungan media adalah aktivitas menjalin hubungan baik dengan wartawan, kalangan pers atau media massa. Hal yang dapat diperoleh dengan adanya hubungan media adalah publisitas, pemberitaan, atau liputan media

Dalam memudahkan Humas agar dapat menggandeng media massa sebagai rekan kerjanya dalam hal menyampaikan informasi, menurut Hidayat (2014:79) hubungan kedua belah pihak dapat memberikan manfaat seperti:

- a) Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab perusahaan dan media massa
- b) Membangun kepercayaan yang saling memberikan manfaat dari kedua belah pihak
- c) Sebagai sarana efektif dalam hal peroleh informasi dan pengetahuan yang berguna bagi publik

Dalam aktivitas Humas ada pula upaya peningkatan publikasi yang bertujuan pengenalan (*awareness*) mencari publisitas (*publicity*) dan bertujuan untuk mempengaruhi opini publik melalui media massa. Humas sering mengadakan kerja sama dengan pihak wartawan baik secara fungsional maupun individual yang biasanya dilakukan melalui berbagai cara. Kerja sama dalam kegiatan proses publikasi dengan pihak pers di wujudkan dengan dua cara yaitu:

### **1. Kontak secara formal**

Jenis-jenis hubungan media yang dapat dilakukan oleh pihak Humas untuk mengundang wartawan melalui kontak formal atau secara resmi adalah sebagai berikut:

#### **1. Konferensi Pers (*Press Conference*)**

Sebuah pertemuan khusus dengan pihak media yang bersifat resmi dan sengaja dilakukan oleh Humas yang bertindak sebagai

narasumber dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang tengah dihadapinya dalam bentuk acara jumpa pers yang telah ditetapkan waktu, tempat, tema dengan sekelompok wartawan.

## 2. Wisata Pers (*Press Tour*)

Sejumlah wartawan berasal dari berbagai media massa yang telah dikenal baik oleh Humas bersangkutan untuk diajak wisata kunjungan ke suatu *event* khusus, atau peninjauan ke luar kota bersama dengan pejabat instansi atau pimpinan perusahaan sebagai pengundang selama lebih dari satu hari untuk meliput secara langsung kegiatan tersebut.

## 3. Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering*

Pertemuan pers ini merupakan jamuan pers atau wartawan yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal. *Event* olahraga bersama, kumpul bersama dalam acara ulang tahun perusahaan, pada acara keagamaan bersama dengan pihak Humas di luar tugas fungsionalnya.

## 4. Taklimat Pers (*Press Briefing*)

Pertemuan ini termasuk ke dalam jumpa pers resmi yang diselenggarakan secara periodik tertentu, seperti pada awal atau akhir bulanan atau tahunan oleh pihak Humas atau pimpinan perusahaan, dan pejabat tinggi instansi bersangkutan.

### 3. Kontak informal

Selain jenis-jenis hubungan media yang dilakukan dengan kontak formal atau secara resmi, berikut adalah cara melakukan hubungan media secara tidak resmi melalui kontak informal yaitu:

#### 1. Keterangan Pers (*Press Statement*)

Keterangan pers akan dilakukan kapan dan dimana saja oleh nara sumber, tanpa ada undangan resmi, mungkin cukup pemberitahuannya melalui telepon kepada wartawan bersangkutan.

#### 2. Wawancara Pers (*Press Interview*)

Wawancara pers merupakan inisiatif dari pihak pers atau wartawan setelah melalui perjanjian atau konfirmasi dengan nara sumbernya.

Nara sumbernya pun terbatas, mungkin satu atau dua orang untuk dimintakan pendapat, komentar atau keterangan.

Selain itu, adapun jenis penulisan naskah untuk dikirim dan dimuat media massa antara lain adalah sebagai berikut:

1. *Press release* : informasi tertulis atau naskah berita.
2. *Feature* : keterangan khas.
3. Artikel : naskah opini.
4. *Advertorial* (pariwara) : iklan berupa artikel.
5. Surat pembaca : memberikan hak jawab kepada masyarakat.

Hubungan media sangat erat kaitannya dengan Humas, sehingga terbentuknya hubungan media merupakan sebuah Strategi Kehumasan dalam menjalankan tugasnya untuk mempublikasikan informasi dari dalam instansi pemerintahan dari dalam kepubliknya agar menjadi terbuka kepada sasaranya. Maka, dalam penelitian ini, peneliti akan melihat dan menganalisis Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Nabire dalam membangun hubungan media dengan bagaimana strategi kehumasan yang telah dimiliki.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Karakteristik penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (dalam Sugiyono, 2018:13) menyatakan bahwa penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan secara langsung ke sumber data, lalu penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produknya selanjutnya melakukan analisis data secara induktif. Penelitian ini lebih menekankan makna atau data dibalik yang teramati dari penelitian tersebut. Peneliti memilih penelitian kualitatif untuk mengetahui secara mendalam mengenai Strategi Kehumasan Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire dalam hubungan media.

### **2. Metode Penelitian**

Metode penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif yang mana penyajian data yang akan disajikan berupa deskriptif dengan kata-kata

yang tertulis secara formal, metode ini digunakan untuk mengamati situasi yang diamati oleh peneliti. Selain itu, jenis penelitian ini adalah kualitatif maka penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif sehingga data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar sehingga tidak menggunakan angka. Lalu peneliti juga akan mendeskripsikan penelitian secara mendalam dan nyata atau faktual seperti yang berada dilapangan.

### **3. Subjek Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire. Subjek penelitian ini adalah Bagian Humas yang meliputi *Staff* atau pegawai Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire. Pada subjek penelitian akan ditentukan dan dipilih sesuai dengan kebutuhan penelitian dalam menggali data serta sumber yang diperlukan. Peneliti menentukan dengan melihat dari jabatan serta informasi yang bisa digali berdasarkan sumbernya. Maka, subjek dari penelitian ini adalah pegawai Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire yang mana bekerja fokus dalam proses pembentukan strategi kehumasan, lalu memiliki peran penting di Bagian Humas yaitu:

1. Kepala Bagian (Kabag) Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire
2. Kepala Sub Bagian (Kasubag) Penyusunan Naskah dan Informasi Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire
3. Kepala Sub Bagian Peliputan dan Pemberitaan Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire

Kategori diatas dipilih oleh peneliti karena memiliki informasi dan data yang akurat mengenai kondisi Pemerintah Daerah sehingga akan tepat dalam menjawab penelitian serta memiliki pengalaman yang cukup di Bagian Humas.

#### **4. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah strategi kehumasan dalam hubungan media pada Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Nabire.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena hal ini merupakan tujuan utama dari sebuah penelitian yaitu untuk mendapatkan data. Dalam mengumpulkan data peneliti harus mengetahui teknik pengumpulan data yang sesuai agar mendapatkan data yang memenuhi standar. Dilihat dari sumber data, pengumpulan data menurut Sugiyono (2018:225) dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti sementara sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung kepada peneliti seperti melalui orang lain atau dokumen. Maka, jika dilihat dari cara atau teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

##### **a. Data Primer**

Dalam penelitian ini, data primer merupakan data dan informasi yang didapatkan oleh peneliti dari narasumber yang berada dilapangan maka data ini merupakan data langsung dari sumber yang diteliti



melalui wawancara. Peneliti menggunakan wawancara untuk mendapatkan jawaban keseluruhan dan kredibel dari sumber penelitian atau informan. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang mana proses ini memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dan informan. Cara ini dapat atau tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan apa saja yang ingin dipertanyakan oleh peneliti. Menurut Bungin (2008:108) metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) sama seperti metode wawancara lainnya namun yang berbeda dengan wawancara pada umumnya adalah peran wawancara, tujuan wawancara, peran informasi, dan cara melakukan wawancara. Wawancara mendalam dilakukan secara berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama dengan pihak informan.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder didapatkan melalui studi dokumentasi, maka studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam penelitian kualitatif. Studi dokumentasi dilakukan dengan mencari serta mengumpulkan data melalui literatur yang mendukung terkait penelitian penulis dari sumber-sumber seperti jurnal, buku-buku teori ilmiah, hasil penelitian, dokumen resmi, penelitian serupa, serta hasil kegiatan komunikasi seperti kliping dari Bagian Humas Kabupaten Nabire

dalam membangun hubungan media, selain itu Penelitian ini akan menjadi lebih kredibel dan akurat dengan adanya dokumentasi foto atau gambar karena peneliti benar-benar melakukan penelitian dengan bukti yang tersedia.

## **6. Teknik Analisis Data**

### **a. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang akan peneliti lakukan adalah dengan cara purposivesampling. Sumber data yang dipilih oleh peneliti untuk mengumpulkan data dikategorikan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan. Pertimbangan ini berdasarkan orang yang paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam, pada tahap ini peneliti mempersiapkan daftar pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada sumber dilapangan.

### **b. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan tahap dimana peneliti melakukan analisis untuk menggolongkan, menonjolkan, mengarahkan dan merapikan data kasar serta membuang yang tidak diperlukan dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar data lebih sistematis dan terstruktur untuk menarik kesimpulan.

### **c. Penyajian Data**

Tahap ini dimana semua data telah direduksi kemudia disajikan secara naratif. Penyajian data merupakan proses memberi informasi

yang sudah disusun dan seleksi, hal ini agar memudahkan dalam pengambilan kesimpulan. Penyajian data dapat berupa gambar, matriks, tabel dan lain sebagainya selain itu juga data yang disajikan merupakan gambaran secara keseluruhan dari data-data yang diperoleh melalui sumber.

d. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, keseluruhan data dari kata-kata, gambar yang di peroleh melalui hasil wawancara mendalam dan studi dokumen akan diproses dan dianalisis sehingga menjadi data yang tersajikan lalu pada akhirnya menjadi sebuah kesimpulan dalam penelitian.