

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era Globalisasi yang sedang berlangsung saat ini dan juga pada masa-masa mendatang telah membuat banyak pihak melakukan penyesuaian diri, termasuk juga di dalamnya organisasi. Organisasi sebagai kesatuan orang-orang yang saling bekerja sama, punya tujuan dan tanggung jawab bersama, menyadari keberadaannya saat ini. Organisasi berada di tengah-tengah masyarakat yang dinamis, dimana masyarakat semakin kritis serta mampu membedakan mana yang baik dan yang buruk.

Media mempunyai fungsi dan peran yang cukup signifikan dalam rangka memacu pertumbuhan masyarakat. Dalam masyarakat demokratis, fungsi ideal media digambarkan sebagai berikut : Media harus memberi informasi (*inform*) kepada khalayak tentang apa yang terjadi di sekitar mereka. Media harus memberi pendidikan (*educate*) berdasarkan makna dan signifikansi fakta. Media harus menyediakan sebuah ruang untuk mendiskusikan isu-isu politik dan memfasilitasi pembentukan *public opinion* (Ispandriarno, Hanitzh dan Loeffelholz 2002:6). Organisasi tidak luput dari perhatian media, dengan segala fungsi seperti yang sudah dipaparkan diatas maka media mampu membentuk opini publik terhadap suatu organisasi.

Opini publik adalah hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan dalam masyarakat demokratis, opini publik bukan merupakan

seluruh jumlah pendapat individu-individu yang dikumpulkan (Bogardus 1951). Opini publik timbul dari adanya persamaan jalan pikiran beberapa atau banyak individu, dan ini tertuju pada objek yang sama yaitu organisasi. Kesenangan atau ketidaksenangan seseorang secara individu kepada suatu organisasi tertentu juga dapat menjadi opini publik apabila dituangkan lewat media. Sebagai pembentuk opini massa, wartawan, penulis ataupun pembentuk opini publik (POP) memiliki akses untuk melontarkan pendapat-pendapatnya dengan jangkauan yang sangat luas. Untuk wartawan dengan media yang memiliki segmen khusus, tulisan mereka dapat dengan mudah meyakinkan publik pada segmen tersebut (Wasesa 2005 : 221).

Esensi kegiatan wartawan adalah melaporkan seluk beluk suatu peristiwa yang telah, sedang, atau akan terjadi. Melaporkan di sini berarti menulis dan menayangkan apa yang dilihat, didengar, atau dialami oleh seseorang atau sekelompok orang. Berita yang ditulis atau ditayangkan oleh wartawan tentu mempunyai efek bagi organisasi / instansi yang di dalamnya terdapat peristiwa yang sedang disorot. Efek munculnya berita di suatu media terhadap organisasi pada dasarnya dibagi menjadi dua yaitu :

1. Pengaruh positif

Terjadi apabila berita yang ditulis atau ditayangkan oleh wartawan bersifat positif, artinya secara keseluruhan berita mampu memberikan dampak yang positif bagi organisasi.

2. Pengaruh Negatif

Terjadi apabila berita yang ditulis atau ditayangkan oleh wartawan bersifat negatif, artinya secara keseluruhan berita menimbulkan dampak yang negatif bagi organisasi.

Hubungan yang terjadi antara wartawan dengan organisasi bersifat timbal balik, artinya selain dari wartawan yang mempengaruhi organisasi, sebaliknya organisasi juga memberikan pengaruh bagi wartawan. Tidak bisa dibayangkan jika tiba-tiba seluruh organisasi yang ada menjaga jarak atau bahkan menutup diri terhadap wartawan, dengan demikian wartawan tidak mempunyai berita atau informasi tentang organisasi yang seharusnya mereka sampaikan kepada masyarakat. Hubungan timbal balik ini akan terus berlangsung selama kedua pihak masih punya kepentingan yang sama, organisasi butuh opini publik positif sementara wartawan butuh informasi dan berita untuk masyarakat.

Kebutuhan hubungan dengan media dan wartawan memaksa organisasi atau lembaga menciptakan suatu departemen khusus yang kemudian disebut *Public Relations* (PR) atau sering juga disebut humas. 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 (Cutlip dan Center 1971:23). Pengertian dan dukungan publik dapat diperoleh apabila memang organisasi tersebut mempunyai akses berhubungan dengan media, humas dianggap sebagai pihak yang paling punya otoritas untuk melaksanakan hal ini, lewat humas, organisasi mengembangkan diri demi

mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tidak hanya itu, lewat humas pula organisasi berusaha menampilkan citra yang positif di mata publik, sehingga tingkat kepercayaan publik terhadap organisasi dapat terus ditingkatkan.

Kegiatan kehumasan di DPR RI dijalankan oleh suatu departemen khusus yang diberi nama Biro Humas dan Hukum, biro inilah yang merancang, melakukan perencanaan, melaksanakan, dan mengevaluasi berbagai kegiatan komunikasi khususnya kegiatan humas secara menyeluruh / makro di DPR RI. Selanjutnya struktur organisasi Humas DPR RI berwujud susunan bertingkat dengan Kepala Biro Humas dan Hukum sebagai pucuk pimpinan, sekaligus sebagai orang yang paling bertanggung jawab atas hubungan antara organisasi dengan publiknya. Di bawah Kepala Biro Humas dan Hukum terdapat 4 (empat) Kepala Bagian yang masing-masing memiliki Sub Bagian dengan spesifikasi tugas yang lebih spesifik. Bagian yang menjalankan fungsi hubungan media adalah Bagian Pemberitaan dan Penerbitan. Bagian ini bertugas terutama untuk memberikan informasi seluas mungkin mengenai seluruh kegiatan yang dilakukan DPR RI dan Sekretariat Jenderal DPR RI melalui media massa. Untuk itulah Bagian Pemberitaan dan Penerbitan DPR RI menjalin hubungan kerjasama dengan banyak media baik itu media cetak maupun elektronik, dengan kerjasama yang baik tersebut diharapkan dapat menciptakan publikasi atau penyiaran yang maksimum atas usaha pesan atau informasi mengenai DPR RI. Lewat Bagian Pemberitaan dan Penerbitan ini pula Lembaga DPR RI menjalankan prinsip-prinsip hubungan medianya.

Dalam pengamatan penulis, selama ini praktek hubungan media yang berlangsung di DPR sudah berjalan dengan baik. Humas DPR RI telah memperhatikan hubungannya dengan media dengan sangat seksama. Humas melakukan pembentukan kontak pribadi, menyediakan berbagai *news service*, *Press Release*, dan menyediakan sarana untuk konferensi pers. Humas DPR RI telah melakukan semuanya, termasuk pendataan wartawan yang dilakukan per-tahun yang secara tidak langsung membentuk kontak-kontak pribadi dengan wartawan, hingga kemudian humas membentuk Koordinatoriat Wartawan DPR RI. *News Service* merupakan salah satu program humas yang terus dilaksanakan dan ditingkatkan pelayanannya oleh Bagian Pemberitaan dan Penerbitan pimpinan Drs. Helmizar. Begitu pula dengan *press release*, dan konferensi pers, kesemuanya merupakan hal yang tidak asing lagi bagi humas DPR RI. Penjelasan lebih lengkap dan lebih detail mengenai pemetaan relasi antara humas DPR RI dengan wartawan akan dijelaskan oleh penulis dalam bab khusus, yakni di Bab II tentang deskripsi obyek penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan antara pelaksanaan prinsip-prinsip hubungan media, persepsi wartawan terhadap humas, dan sikap wartawan terhadap humas. Dari persepsi yang muncul dapat dianalisis lebih lanjut mengenai pola hubungan media yang selama ini telah terjalin antara wartawan dengan humas, serta pengaruhnya terhadap organisasi.

Salah satu indikator bahwa prinsip-prinsip hubungan media dikatakan efektif adalah apabila mampu mempengaruhi sikap wartawan terhadap organisasi. Untuk mengukur pengaruh tersebut harus dilakukan riset secara berkala dan terpadu. Salah satu model teori yang dapat digunakan untuk mengukur pengaruh

media relations tersebut telah dikemukakan oleh Jefkins (1992:20), secara luas dan umum Jefkins menyatakan bahwa citra / persepsi terhadap PR akan mempengaruhi sikap media massa terhadap organisasi, terutama ditunjukkan oleh wartawan sebagai bagian inti dari media. Lebih lanjut Jefkins (1992:101) mengungkapkan bahwa persepsi terhadap PR yang baik (yang merupakan cerminan dari hubungan baik) dibentuk dari prinsip-prinsip hubungan media yang dilaksanakan oleh organisasi. Prinsip-prinsip tersebut terdiri dari enam faktor yang saling berhubungan (*inrelated factors*), meliputi :

1. Pemahaman dan Pelayanan Media
2. Profesionalisme *Public Relations*
3. Materi Pers
4. Penyediaan Salinan
5. Verifikasi
6. Hubungan Personal

Dalam prinsip hubungan media tergambar bagaimana humas DPR RI menjalin hubungan dengan wartawan dengan cara melaksanakan keenam faktor tersebut, dimana masing-masing faktor berinteraksi dan saling mendukung. Ketika prinsip sudah dilaksanakan maka hal tersebut diprediksi akan mempengaruhi persepsi dan sikap wartawan terhadap humas DPR RI. Pengaruh terhadap sikap dan persepsi inilah yang menjadi fokus dari penelitian ini. Untuk responden, dipilih wartawan yang sehari-hari melakukan peliputan di kompleks DPR RI, mereka tergabung dalam koordinatariat wartawan DPR RI atau sering disebut juga dengan wartawan koordinatariat DPR RI.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan perumusan latar belakang di atas maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana pengaruh pelaksanaan prinsip-prinsip hubungan media pada sikap dan persepsi wartawan koordinatiorat DPR RI terhadap humas DPR RI?”

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan prinsip-prinsip hubungan media pada sikap dan persepsi wartawan koordinatiorat DPR RI terhadap humas DPR RI.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan apakah di dalam model konsep penelitian ini terdapat variabel antara.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan terhadap ilmu komunikasi, konsentrasi studi hubungan masyarakat tentang pengaruh hubungan media terhadap persepsi dan sikap wartawan (media) terhadap humas (organisasi).
2. Bagi Organisasi :
Sekiranya hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan, pertimbangan, dalam membuat program hubungan media yang memiliki pengaruh lebih positif pada wartawan di masa yang akan datang.

E. Kerangka Teori

1. Prinsip-Prinsip Hubungan Media

Bagi humas suatu organisasi, termasuk juga humas DPR RI, media massa merupakan “penyambung tangan” untuk menjangkau publik yang tersebar begitu banyak dalam wilayah yang sedemikian luas (seluruh Indonesia), jadi humas memiliki tanggung jawab yang besar dalam penyelenggaraan negara. Sam Black dan Melvin L. Sharpe (1988 : 173) mengemukakan bahwa humas di dalam lembaga negara mempunyai empat tujuan utama, yaitu : *pertama*, memberitahukan warga negara mengenai kebijakan dewan ataupun komisi-komisi serta aktivitasnya sehari-hari. *Kedua*, memberikan kesempatan kepada warga negara untuk menyatakan pandangannya mengenai proyek-proyek penting yang baru sebelum keputusan terakhir dijatuhkan oleh pejabat-pejabat yang dipilih. *Ketiga*, untuk memberikan penerangan kepada warga negara mengenai cara-cara kerja perangkat pemerintahan dan untuk memberikan informasi kepada mereka mengenai hak-hak dan kewajibannya. Dan *keempat*, untuk meningkatkan rasa bangga sebagai warga negara.

Istilah hubungan dengan media massa atau sering disebut *media relations* itu mengandung makna terbinanya hubungan kahumas dengan orang-orang media massa, seperti wartawan dan redaktur (Effendy 1992:119). Lebih lanjut Effendy menyatakan bahwa pemikiran yang melatar belakangi *media relations* adalah agar segala sesuatu yang menyangkut penyebaran informasi kepada publik eksternal berjalan lancar. Di samping itu, apabila terdapat suatu informasi yang bisa merugikan organisasi, ada kemungkinan wartawan yang memperoleh informasi

tersebut, sebelum memberitakannya, terlebih dahulu menanyakan kepada humas mengenai kebenarannya. Mengenai penyebaran informasi ke benak publik, termasuk wartawan, Al Ries menyatakan salah satu cara yang paling efektif untuk menempatkan informasi dalam benak publik adalah dengan menggunakan konsep *battle of mind*, di mana kita harus memerhatikan informasi sebelumnya yang sudah pernah ada di dalam benak publik (2000 : 56). Dengan kata lain, pola pikir wartawan harus menjadi perhatian utama sebelum kita menempatkan informasi dalam pola pikir tersebut.

Dari pemikiran mengenai *media relations* di atas dapat diambil satu pernyataan bahwa sasaran dari *media relations* ini adalah insan media massa, terutama wartawan. Mengapa wartawan? Sebab wartawan menjadi ujung tombak media dalam mencari dan mengolah berita, wartawan-lah yang biasanya “keluar masuk” institusi untuk mencari informasi yang benar, tepat, dan akurat. Oleh karena itu humas memiliki kepentingan yang besar terhadap wartawan.

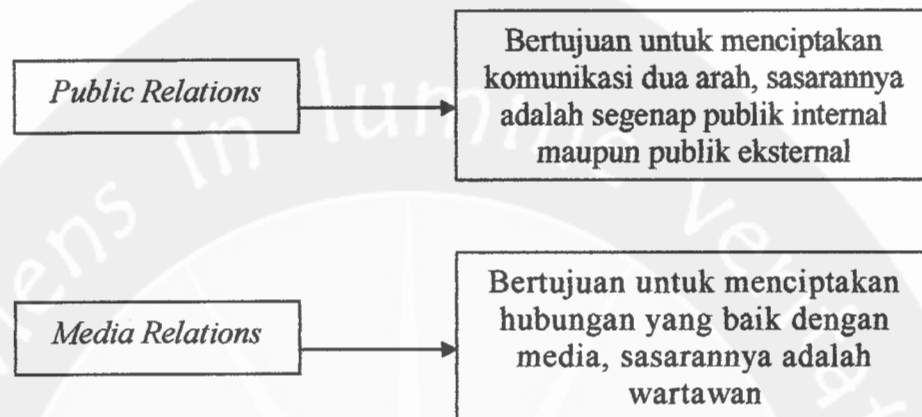
Dalam penelitian ini, humas DPR RI memiliki kepentingan yang sangat besar akan keberadaan wartawan di kompleks DPR RI. Oleh karena itu jalinan hubungan dimulai dengan membentuk wadah khusus bagi wartawan yang sehari-hari melakukan peliputan di kompleks gedung DPR RI, di kemudian hari wadah ini dinamakan Koordinatoriat Wartawan DPR RI. Dibentuknya koordinatoriat wartawan DPR RI ini bukan berarti humas terlalu membatasi wartawan, justru sebaliknya wartawan diberi kebebasan untuk dapat mengatur dan melakukan koordinasi dalam rangka menjalankan tugas jurnalistiknya di gedung DPR RI.

Pendapat ahli humas lain menyatakan bahwa penyelenggaraan *public relations* atau sering juga disebut humas di organisasi pada dasarnya adalah untuk menciptakan komunikasi dua arah, memecahkan konflik kepentingan dengan mencari dasar pemikiran yang sama atau lingkungan yang menjadi kepentingan bersama, dan untuk menciptakan pengertian berdasarkan kebenaran, pengetahuan, dan informasi yang lengkap (Black dan Sharpe 1988:3). Komunikasi dua arah disini yang dimaksud adalah komunikasi yang terjadi antara organisasi dengan publiknya, baik itu publik internal maupun eksternal. Skala kegiatan untuk meningkatkan humas yang baik pun bervariasi, tergantung dari ukuran dan apa yang menjadi tujuan pihak-pihak yang berkepentingan. Namun falsafah, strategi, dan metoda-metoda akan tetap sama meskipun program humas itu diciptakan untuk mempengaruhi saling pengertian antara organisasi dengan publik yang menjalin hubungan dengannya.

Secara lebih tegas IPR (*Institute of Public Relations*) mengungkapkan bahwa penerapan program humas di organisasi lebih kepada penciptaan citra dan persepsi yang positif di mata publik, hubungan masyarakat adalah kegiatan yang memelihara reputasi institusi, dengan tujuan tercipta pemahaman, dukungan, perilaku yang diinginkan institusi. Seluruh kegiatan direncanakan didukung usaha untuk menetapkan dan memelihara hubungan yang baik dan saling pengertian antara institusi dengan publiknya (IPR, 2000). Citra organisasi yang sudah terbentuk secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi sikap publik terhadap organisasi, hal ini dikuatkan oleh pendapat Kotler yang menyatakan bahwa sikap dan tindakan seseorang terhadap obyek tersebut akan

ditentukan oleh citra obyek yang menampilkan kondisi yang paling baik (2000:553).

GAMBAR 1.1
Arti *Public Relations* dan *Media Relations*



Media Relations di masing-masing organisasi dilaksanakan dalam bentuk yang berbeda-beda, penelitian ini menggunakan prinsip-prinsip hubungan media yang dikemukakan oleh Frank Jefkins. Jefkins (1992:20) telah menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara prinsip-prinsip hubungan media yang baik, persepsi terhadap humas, dan sikap wartawan terhadap organisasi. Secara luas dan umum Jefkins menyatakan bahwa citra / persepsi terhadap humas akan mempengaruhi sikap media massa terhadap organisasi, yang terutama ditunjukkan oleh wartawan sebagai bagian inti dari media. Lebih lanjut Jefkins (1992:101) mengungkapkan bahwa persepsi terhadap humas yang baik (yang merupakan cerminan dari hubungan baik) dibentuk dari prinsip-prinsip hubungan media yang dilaksanakan oleh organisasi. Menurut Jefkins, prinsip-prinsip hubungan media ini merupakan variabel penentu dalam keterkaitannya dengan variabel-variabel

lainnya. Prinsip-prinsip tersebut terdiri dari enam faktor yang saling berhubungan (*inrelatted factors*), meliputi :

a. Pemahaman dan Pelayanan Media

Pada dasarnya memahami dan melayani media adalah pembentukan suatu hubungan dua arah, aktifitas dua pihak, hubungan antara organisasi dengan pers, radio, dan televisi. Di satu pihak, organisasi menyediakan informasi dan memberikan fasilitas-fasilitas kepada pers, apabila diminta dan sebaliknya pihak pers memberikan komentar-komentar dan menyiarkan berita-berita. Sebagai contoh, humas DPR RI menyediakan fasilitas *media center* kepada wartawan, sebaliknya wartawan juga banyak melakukan pemberitaan dan peliputan di DPR RI. Rasa saling percaya dan saling menghormati antara suatu organisasi dengan pers adalah dasar yang harus ada bagi hubungan pers yang baik (Black dan Sharpe 1988:37). Secara lebih spesifik pemahaman media oleh humas dijabarkan oleh Jefkins (1995:100) sebagai berikut :

- 1) *kebijakan editorial*, humas dituntut paham atas pandangan dasar dari suatu media yang dengan sendirinya akan melandasi pemilihan subyek-subyek yang akan dicetak atau diberitakan.
- 2) *Frekuensi penerbitan (dan juga penyiaran)*, humas harus tahu dengan pasti tentang frekuensi penerbitan dan penyiaran suatu media.
- 3) *Tanggal terbit*, praktisi humas harus paham kapan tanggal dan saat terakhir sebuah naskah harus diserahkan ke redaksi untuk penerbitan yang akan datang.

- 4) *Daerah sirkulasi*, jangkauan sirkulasi media apakah itu berskala lokal, nasional, atau internasional juga harus dipahami dengan benar oleh humas.
- 5) *Jangkauan pembaca*, seorang praktisi humas dituntut untuk mengetahui karakteristik khalayak pembaca atau pemirsa suatu media.

Untuk lebih meyakinkan bahwa suatu organisasi telah melakukan usaha pelayanan dan pemahaman media maka diperlukan suatu fungsi khusus di dalam organisasi tersebut, seperti juga di DPR RI. Marguerite H. Sullivan (Wakil Presiden bidang Komunikasi dan Hubungan Eksternal IRI Indonesia¹) mengemukakan bahwa fungsi khusus tersebut bertugas untuk melayani media sebagai berikut (sesuai dengan prinsip hubungan media yang baik variabel pemahaman dan pelayanan media) :

- Menjaga suatu daftar media yang terkini untuk publikasi dalam semua bahasa utama di negara Indonesia.
- Membangun hubungan kerjasama dengan para jurnalis, editor, dan penerbit.
- Bertindak sebagai seorang *contact person* organisasi untuk layanan pers.
- Bekerja dengan para wartawan untuk peliputan; merancang konferensi pers.
- Memberikan informasi kepada wartawan tentang latar belakang dan wawancara dengan para pimpinan organisasi tingkat atas

¹ *International Republican Institute* – Indonesia, merupakan sebuah organisasi non profit yang berpusat di Washington DC dan bergerak untuk mewujudkan suatu demokrasi yang sukses berdasarkan atas kebebasan sipil dan politik

- Bekerja dengan editor radio dan televisi untuk berita-berita yang khusus dan program ulasan khusus.

Dalam pemikiran berikutnya, Sullivan menyatakan bahwa paling tidak di tingkatan pusat organisasi memiliki suatu kantor pers yang memerlukan fasilitas dan peralatan tertentu seperti : anggaran, mesin tik, lemari arsip, telepon, kartu nama, akses untuk mesin *fotocopy* dan mesin fax serta ruangan khusus untuk acara jumpa / pertemuan-pertemuan dengan pers.

Selain berbagi hal di atas masih terdapat satu pemikiran lagi mengenai pelayanan terhadap media. Rachmadi (1993) menyatakan bahwa organisasi harus secara rutin menyelenggarakan *press tour*, sebagai upaya penyebaran informasi yang menyangkut berbagai hal sekaligus. Sebagai contoh, *press tour* dilakukan oleh humas DPR RI dengan mengundang wartawan yang masih baru untuk berkeliling DPR dan dijelaskan tentang mekanisme kerja DPR.

Selain melakukan pelayanan terhadap media, hubungan media yang baik tercipta apabila humas juga memahami karakter media yang termanifestasikan dalam kebijakan editorial tiap-tiap media. Ruslan menyatakan bahwa kebijakan editorial tersebut berkenaan dengan fokus atau peliputan berita, koordinasi peliputan dan penugasan, materi / isi berita, rubrik dan artikel, hingga tipe *lay out*. Setiap media mempunyai ciri khas tertentu sebagai pembeda (*selling point*) dengan penerbit pesaingnya (2005:197). Pemahaman terhadap kebijakan editorial ini penting untuk mengontrol pemberitaan media.

b. Profesionalisme *Public Relations*

Dalam setiap pekerjaan apapun selalu dituntut untuk berlaku profesional, tak terkecuali humas. Jefkins (1992:101) menggariskan bahwa prinsip-prinsip hubungan media yang baik pun harus dilandasi dengan sikap profesional. Lebih lanjut Jefkins mengungkapkan bahwa etika terutama harus diberlakukan pada setiap perilaku para praktisi humas, integritas pribadi merupakan bagian utama dari profesionalisme. Prinsip ini juga berlaku di berbagai bidang keprofesionalan lain seperti dokter, guru maupun akuntan. Humas juga harus menerapkan citra positif terhadap diri mereka sendiri mengingat sosok mereka selalu dinilai berdasarkan apa yang mereka kerjakan. Praktisi humas yang baik adalah mereka yang senantiasa berusaha memberikan nasihat-nasihat terbaik, tidak suka menyuap atau disuap apalagi korup, serta selalu mengemukakan segala sesuatu atas dasar fakta-fakta yang ada, bukan mengada-ada atau hanya untuk menyenangkan kalangan tertentu saja, misalnya kalangan pers yang memang sering menentukan opini masyarakat atas sosok dan kehadiran suatu lembaga (Jefkins 1992:163-164).

Pada bagian lain Sam Black dan Melvin L. Sharpe mengungkapkan pemikiran mereka tentang profesionalisme humas. Black dan Sharpe menyatakan bahwa humas profesional mendasarkan prinsip-prinsip profesionalnya pada nilai-nilai fundamental dan martabat pribadi berdasarkan pandangan bahwa pelaksanaan hak-hak asasi manusia yang bebas terutama kemerdekaan untuk berbicara, kemerdekaan untuk berserikat dan kemerdekaan pers adalah esensi dari pelaksanaan humas (1988:239). Dalam

melayani kepentingan klien dan penyewa jasa, humas mengabdikan diri kepada tujuan untuk menjalin komunikasi yang lebih baik, pengabdian dan kerja sama di antara berbagai individu, kelompok maupun lembaga-lembaga kemasyarakatan. Humas, demikian diungkapkan oleh oleh Black dan Sharpe, berikrar untuk bertingkah laku profesional dengan kebenaran, ketepatan, kejujuran, dan bertanggung jawab kepada masyarakat.

Di bagian lain IPRA (*International Public Relations Association*) sebagai organisasi humas internasional juga telah menggariskan ketentuan mengenai profesionalisme. Dinyatakan dalam kode tingkah laku yang telah disahkan oleh IPRA pada sidang umumnya di Venezia Mei 1961, bahwa Integritas pribadi dan profesional berjalan beriringan. Seperti diketahui bahwa integritas pribadi berarti terpeliharanya baik standar moral yang tinggi maupun reputasi yang baik. Sedangkan integritas profesional artinya ketaatan pada anggaran dasar, peraturan dan khususnya kode tersebut, sebagaimana disetujui IPRA. Khusus untuk profesionalisme tingkah laku humas terhadap media dan umum, IPRA telah menjabarkan sebagai berikut :

- 1) Seorang humas hendaknya melakukan kegiatan-kegiatan profesionalnya sejalan dengan kepentingan umum dan dengan penuh hormat demi martabat pribadi.
- 2) Seorang humas hendaknya tidak melakukan kegiatan dalam praktek apapun yang cenderung merusak integritas saluran-saluran komunikasi umum.
- 3) Seorang humas hendaknya tidak menyebarkan dengan sengaja informasi palsu atau menyesatkan.

- 4) Seorang humas hendaknya di setiap waktu berusaha memberikan gambaran seimbang dan terpercaya terhadap organisasi yang dilayaninya.
- 5) Seorang humas hendaknya tidak membentuk organisasi apa pun untuk tujuan tertentu, tetapi sebenarnya untuk kepentingan khusus yang tidak diungkapkan atau pribadi humas atau klien atau majikan, demikian juga hendaknya ia tidak menggunakan organisasi itu atau organisasi yang ada semacam itu.

c. Materi Pers

Tugas seorang *public relations officers* adalah memasok berbagai materi yang layak diterbitkan oleh media (Jefkins 1992:99), materi yang layak ini kemudian sering disebut dengan materi pers. Pendapat lain tentang materi pers dikemukakan oleh Rachmadi (1993), dalam menjalin hubungan dengan media maka organisasi harus menyediakan berbagai materi atau bahan berita untuk media massa yang terdiri dari *press release*, *media kit*, dan *executive profile*. Dalam penelitian ini *news service* telah diberikan oleh humas DPR RI lewat Bagian Pemberitaan dan Penerbitan yang selalu menyediakan bahan berita di situs www.dpr.ri.go.id/berita. Rachmadi kemudian memberikan perhatian khusus kepada *press release*, dinyatakan bahwa *press release* merupakan materi yang berupa siaran pers dari perusahaan atau organisasi, mengenai sesuatu kebijaksanaan, kejadian khusus, atau langkah-langkah yang akan diambil. Ada beberapa ukuran yang dapat dijadikan pedoman teknis dalam penulisan *press release* yakni :

- 1) Apakah informasi dalam *press release* itu cukup menarik untuk masyarakat luas.
- 2) Apakah informasi yang diberikan itu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam masyarakat tentang instansi / organisasi yang bersangkutan ataupun kegiatannya.
- 3) Apakah isi berita sungguh-sungguh bernilai berita untuk dapat mengatasi informasi saingan yang mengalir ke meja redaksi.
- 4) Apakah informasi yang diberikan itu juga memenuhi kepentingan pers.
- 5) Apakah publisitas yang dituangkan dalam *press release* sudah mencerminkan situasi dan kegiatan lembaga / organisasi.
- 6) Apakah *press release* sungguh-sungguh mencerminkan fakta yang berhubungan dengan materi yang dibahas.

Tujuan pokok dari adanya prinsip-prinsip hubungan media Jefkins ini adalah untuk mendapatkan persepsi yang baik mengenai organisasi yang terwakilkan oleh humas. Oleh karena itu humas harus memperhatikan beberapa hal berkaitan dengan materi pers / media ini, seperti yang pernah diungkapkan oleh pelopor konsultasi humas di Amerika Serikat, Ivy Ledbetter Lee, dalam bukunya yang berjudul *Declaration of Principles* terbitan tahun 1906 bahwa semua materi pers harus bebas dari nilai-nilai dan kepentingan sepihak. Kriteria kejujuran dan kenetralan itu juga harus dipegang teguh oleh praktisi PR. Setiap pesan atau berita yang mereka sampaikan kepada masyarakat melalui media harus sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya. Baik buruknya humas diukur berdasarkan kejujuran dan sikap netralnya.

Kepentingan masyarakat, dalam hal ini adalah para pembaca, pendengar, atau pemirsa, harus senantiasa diutamakan. Kalau ini benar-benar diperhatikan, maka sambutan khalayak pembaca, pendengar, dan pemirsa, dengan sendirinya akan positif sehingga perusahaan induk atau klien humas pasti akan memperoleh suatu publisitas yang baik seperti yang diinginkan, dan pada saat itulah kepentingan-kepentingannya sendiri akan dapat terpenuhi (Jefkins 1992:99).

Kegiatan menulis merupakan kegiatan keseharian seorang humas dalam menjalankan tugas, erat kaitannya dengan penyediaan *news service* oleh humas. Esensi kegiatan menulis atau meliput berita adalah melaporkan seluk beluk suatu peristiwa yang telah, sedang, atau akan terjadi. Melaporkan disini berarti menuliskan apa yang dilihat, didengar, atau dialami seseorang atau sekelompok orang. Berita ditulis sebagai rekonstruksi tertulis dari apa yang terjadi. Siregar (1998:27-28) mengungkapkan bahwa ada ukuran-ukuran tertentu yang harus dipenuhi agar suatu kejadian atau suatu peristiwa dalam masyarakat dapat diberitakan oleh media, ukuran-ukuran tersebut adalah kriteria layak berita (*news value, news worthy*). Adapun klasifikasi layak berita adalah sebagai berikut :

- 1) *Significance* (penting), yaitu kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi orang banyak, atau kejadian yang mempunyai akibat terhadap pembaca/pemirsa.
- 2) *Magnitude* (besar), yaitu kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak.

- 3) *Timeliness* (waktu), yaitu kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi.
- 4) *Proximity* (kedekatan), yaitu kejadian yang dekat bagi pembaca/pemirsa. Kedekatan ini bisa bersifat geografis maupun emosional.
- 5) *Human Interest* (manusiawi), yaitu kejadian yang memberi sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.

Dalam hubungannya dengan penelitian ini, humas sebagai pihak yang memberikan materi berita kepada para wartawan juga harus memenuhi kaidah-kaidah jurnalistik, terutama dalam penulisan *news kit*. Siregar (1998:52) menyatakan jurnalistik secara tegas selalu menuntut tulisan agar disusun secara ringkas, cermat, jelas, dan lugas. Tulisan disebut ringkas bukan karena tulisan itu hanya setengah halaman kuarto diketik dua spasi misalnya. Ringkas tidaknya suatu tulisan lebih ditentukan oleh apakah tulisan itu disusun dalam kalimat sederhana, menggunakan kata seperlunya, syarat makna, dan langsung menyampaikan pokok masalah secara cermat dan jelas. Secara lebih lanjut dijelaskan bahwa konvensi jurnalistik telah memberikan formula 5W + 1H (*apa, siapa, mengapa, di mana, bilamana, dan bagaimana*) dalam penulisan fakta. Dengan sendirinya, bahasa yang digunakan adalah yang dapat menyampaikan fakta-fakta dengan formula jurnalistik yang lugas. Di sinilah dipakai bahasa yang ringkas, simpel, dan formal.

d. Penyediaan Salinan

Menurut Jefkins (1992:101) bahwa : "Menyediakan salinan untuk pers sangatlah penting, sebab hal ini mendukung kinerja media di dalam meliput atau melakukan pemberitaan terhadap organisasi". Salinan pers disini yang dimaksud adalah salinan dari *news service* seperti *news release*, *news kit*, *executive profile*, dan salinan foto-foto yang baik dan menarik. Dengan adanya teknologi input langsung melalui komputer maka penyediaan salinan akan sangat membantu dalam koreksi dan penyusunan ulang untuk suatu terbitan.

e. Verifikasi

Seperti sudah diungkapkan oleh Jefkins dan ditulis di bab di atas bahwa persepsi terhadap humas yang baik (yang merupakan cerminan dari hubungan baik) dibentuk dari prinsip-prinsip hubungan media yang dilaksanakan oleh lembaga. Salah satu dari prinsip-prinsip tersebut adalah memberikan kesempatan verifikasi berita bagi para wartawan. Humas perlu memberi kesempatan kepada insan media untuk melakukan verifikasi (membuktikan kembali) atas setiap materi pers yang telah mereka terima. Contohnya, wartawan diizinkan untuk langsung mencari informasi atau melakukan klarifikasi kepada anggota dewan tanpa harus melalui humas DPR RI.

Terhadap verifikasi ini, Kasali mengemukakan bahwa wartawan cenderung akan melakukan apa pun untuk dapat melakukan verifikasi kepada sumber berita secara langsung. Mereka akan keluar masuk untuk memotret, atau keluar masuk menemui siapa saja, tanpa dihalangi oleh satuan keamanan (Kasali 1994 : 182).

Ditinjau dari bidang jurnalistik, verifikasi memang mutlak diperlukan oleh para wartawan / reporter demi mendapatkan fakta yang benar-benar akurat. Kekurangcermatan sumber dalam memberikan materi kepada pers data memberikan akibat yang fatal dan cenderung menimbulkan salah tafsir, Siregar (1998:213) menyatakan bahwa jika fakta yang diperoleh wartawan sangat beragam, wartawan akan sulit memilih fakta mana yang paling benar dan akurat. Kekurangcermatan juga bisa terjadi apabila wartawan tidak segera memeriksa ulang fakta yang dianggapnya meragukan. Wartawan mempunyai kewajiban untuk selalu memeriksa ulang (*check and recheck*) kebenaran dan akurasi fakta, tidak soal apakah fakta itu meragukan atau tidak.

f. Hubungan Personal

Suatu hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta dan terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerja sama serta sikap saling menghormati profesi masing-masing antara *public relations officer* dan wartawan (Jenkins 1992:101). Masing-masing pihak harus menyadari bahwa mereka saling bergantung antara satu dengan yang lain. Wartawan membutuhkan informasi yang tepat dan akurat dari humas, sementara humas membutuhkan publisitas positif bagi organisasinya lewat pemberitaan-pemberitaan yang disusun oleh wartawan.

Di lain pihak Sam Black dan Melvin L. Sharpe (1988:39) berpendapat bahwa suatu sikap saling menghormati telah berkembang antara wakil-wakil pers dan para praktisi humas. Pihak pers mulai mengakui nilai hubungan personalnya dengan “orang dalam” organisasi yang dapat memberikan

informasi dengan cepat dan tepat. Para praktisi humas di lain pihak juga menghormati wakil-wakil pers dalam peranannya memberikan informasi yang seimbang kepada masyarakat serta mulai memahami masalah-masalah kecepatan, sempitnya waktu dan terbatasnya halaman surat kabar.

Dalam mengembangkan hubungan, salah satu poin paling penting dan paling banyak ditelaah adalah daya tarik (*attraction*). Untuk itulah humas dalam mengembangkan hubungan dengan wartawan juga berpijak pada teori dari De Vito ini (1996:238). De Vito telah menemukan bahwa terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi daya tarik, kelima faktor tersebut adalah :

1) Daya Tarik Fisik dan Kepribadian

Faktor ini mendasarkan bahwa penampilan fisik dan kepribadian menarik akan semakin mempermudah jalan bagi seseorang untuk mendekati hubungan dengan lainnya. Umumnya, kita melekatkan karakteristik-karakteristik positif keadaan orang yang menurut kita menarik dan karakteristik-karakteristik negatif kepada orang yang kita anggap tidak menarik. Teori De Vito ini pada perjalanannya kemudian dikuatkan oleh Aronson (1980).

2) Kedekatan (Proksimitas)

Jarak fisik sangat penting dalam mempengaruhi interaksi, semakin dekat seseorang yang satu dengan yang lain, maka akan semakin besar pula kesempatan bagi kedua orang tersebut untuk saling berinteraksi. Ada banyak sebab mengapa kedekatan fisik mempengaruhi daya tarik antar pribadi. Kita mempunyai harapan-harapan positif tentang manusia dan

karenanya ingin menyukai atau tertarik kepada mereka yang berada di dekat kita. Kedekatan juga memungkinkan kita lebih mengenal orang lain. Kita mungkin mulai menyukai orang yang kita kenal karena, dengan semakin banyaknya kita memperkirakan perilaku mereka, kita tidak lagi merasa terlalu takut kepada mereka.

3) Penguohan

De Vito berpendapat bahwa manusia menyukai orang yang menghargai atau mengukuhkan dirinya. Penghargaan atau penguohan itu ditunjukkan dengan aspek sosial (pemberian komplimen atau pujian) dan aspek material (pemberian hadiah atau promosi).

4) Kesamaan

Manusia punya kecenderungan untuk menyukai orang yang sama dengan dirinya dalam hal kebangsaan, suku bangsa, kemampuan, karakteristik fisik, kecerdasan, dan – khususnya – sikap dan selera. Makin penting sikap, makin penting kesamaan.

5) Sifat Saling Melengkapi (*Complementary*)

Prinsip komplementaritas De Vito menyatakan bahwa orang akan tertarik kepada mereka yang tidak serupa dengannya (artinya, tidak dogmatis), namun prinsip ini hanya akan berlaku dalam situasi-situasi tertentu, seperti ketika orang berada dalam keadaan yang dia tidak bisa menguasai dan membutuhkan peranan orang lain.

2. Persepsi

Teori atau pemikiran mengenai persepsi telah dirumuskan oleh sekian banyak ahli, penelitian ini akan menggunakan beberapa teori tersebut untuk kemudian dijadikan landasan merumuskan konsep tentang persepsi. Sears, Freedman, dan Peplau dalam bukunya *Social Psychology* (1985:52-53) mengungkapkan bahwa pengetahuan kita tentang orang atau obyek lain ditentukan oleh kesan yang kita bentuk dari mereka. Kita akan menggunakan informasi apa saja yang dapat diperoleh guna membentuk kesan terhadap orang / obyek lain. Dari sini muncullah pemikiran tentang persepsi diri : yakni bagaimana seseorang atau sekelompok orang membuat kesan pertama, prasangka apa yang mempengaruhi mereka.

Penelitian ini menjadikan persepsi (kesan yang terbentuk) wartawan koordinatiorat DPR RI sebagai tolak ukur hubungannya dengan humas DPR RI. Berdasarkan pemahaman penulis, persepsi tidak bisa dibentuk secara begitu saja melainkan melewati beberapa proses yang berkesinambungan. Selain itu, sebuah hal bisa dipersepsikan berlainan oleh tiap individu. Apalagi penelitian ini memfokuskan pada persepsi wartawan, yang memiliki kematangan berpikir dalam memberikan penilaian terhadap orang lain (termasuk humas). Persepsi (yang menjadi pokok kajian penelitian ini) pada akhirnya juga akan menjadi titik tolak pencitraan terhadap objek yang menjadi persepsi.

Sementara itu, Kotler, dalam *Marketing Management* (1999), mendefinisikan persepsi sebagai sebuah proses dimana seseorang melakukan seleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasi informasi-informasi yang masuk ke

dalam pikirannya menjadi sebuah gambar besar yang memiliki arti. Persepsi tidak tergantung pada stimuli fisik saja, tapi juga terhadap stimuli lain yang didasarkan pada situasi dan kondisi yang dimiliki oleh seseorang secara pribadi.

Teori lain menyatakan bahwa persepsi dipengaruhi oleh faktor personal dan faktor situasional. Rakhmat (1991:51) mengemukakan faktor personal yang mempengaruhi persepsi seseorang dapat berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lain yang berasal dari seseorang. Sedangkan faktor situasional yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah budaya dan faktor sosial di lingkungan sekitarnya. Di teori ini Rahmat mendefinisikan persepsi sebagai sebuah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Sebuah citra organisasi yang akan terbentuk sepenuhnya ditentukan oleh bagaimana humas mampu membangun persepsi yang didasarkan oleh realitas yang terjadi. Mengenai hal ini, Wasesa mengungkapkan bahwa terdapat proses pencitraan yang dirangkai sebagai PRC (Persepsi-Realitas-Citra). Sekalipun persepsi belum tentu sama dengan realitas yang muncul tetapi persepsi tidak bisa dibangun tanpa realitas yang mendasar. Apalagi kalau realitas diselewengkan untuk mengelabui wartawan sehingga memunculkan persepsi sesuai dengan apa yang kita inginkan.

Lebih lanjut Wasesa (2005:36) mengungkapkan bahwa PRC harus dibangun dengan pondasi kredibilitas, PRC yang tidak didasari informasi realitas dengan kredibilitas tinggi hanya akan menghasilkan citra yang lemah. Resiko yang diakibatkan oleh informasi tidak kredibel adalah banyak celah yang bisa

dilihat oleh media, termasuk pihak lain yang memiliki kepentingan berseberangan, untuk dengan mudah mengubah persepsi dan citra menjadi negatif.

Dalam penelitian ini, teori-teori mengenai munculnya persepsi terhadap suatu obyek menjadi dasar untuk memberikan penilaian terhadap prinsip-prinsip hubungan media yang ada di humas DPR RI. Teori tentang persepsi yang diajukan oleh Kotler, Rakhmat, dan Wasesa nantinya akan dipersempit menjadi konsep-konsep khusus yang turunannya akan menjadi dasar pertanyaan dalam kuesioner.

3. Sikap

Penelitian ini menjadikan sikap sebagai satu variabel yang muncul sebagai akibat dari variabel sebelumnya. Jadi, sikap di sini tidak berdiri sendiri melainkan berkait dengan hal-hal yang sebelumnya sudah ada. Dalam banyak teori sikap juga ditunjukkan bagaimana sebuah sikap terbentuk setelah ada pengaruh dari suatu obyek tertentu, dengan pendekatan tertentu pula.

Sears, Freedman, dan Peplau (Psikologi Sosial 1985:138) mengungkapkan bahwa dewasa ini, definisi yang paling umum menggabungkan unsur-unsur dari kedua pendekatan perspektif belajar dan perspektif kognitif yang dibangun oleh para ahli sebelumnya. Sikap terhadap obyek, gagasan, atau orang tertentu merupakan orientasi yang bersifat menetap dengan komponen-komponen kognitif, afektif, dan perilaku. Komponen *kognitif* terdiri seluruh kognisi yang dimiliki seseorang mengenai obyek sikap tertentu-fakta, pengetahuan, dan keyakinan tentang obyek. Komponen *afektif* terdiri dari seluruh perasaan atau emosi seseorang terhadap obyek, terutama penilaian. Komponen *perilaku* terdiri dari

kesiapan seseorang untuk bereaksi atau kecenderungan untuk bertindak terhadap objek. Ini adalah definisi sikap yang paling dapat diterima oleh para ahli psikologi sosial dewasa ini dan merupakan definisi yang digunakan dalam penelitian ini.

TABEL 1.1
Komponen Sikap dan Orientasinya

Komponen sikap	Orientasi
Komponen Kognitif	Fakta, pengetahuan, dan keyakinan seseorang tentang obyek.
Komponen Afektif	Seluruh perasaan atau emosi seseorang terhadap objek, terutama penilaian
Komponen Perilaku	Kecenderungan untuk bertindak kepada obyek

Seperti sudah diungkap di bagian lain dalam proposal ini, bahwa citra organisasi yang sudah terbentuk secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi sikap publik terhadap organisasi, hal ini dikuatkan oleh pendapat Kotler yang menyatakan bahwa sikap dan tindakan seseorang terhadap obyek tersebut akan ditentukan oleh citra obyek yang menampilkan kondisi yang paling baik (2000:553). Merujuk pada pemikiran kotler tersebut maka obyek dalam penelitian ini adalah humas DPR RI, sedangkan “seseorang” dalam penelitian ini berarti wartawan yang sehari-harinya bertugas melakukan liputan di kompleks DPR RI. Sikap dan tindakan wartawan (yang juga merepresentasikan sikap dan tindakan media) terhadap humas pada dasarnya terbagi menjadi 2 yaitu :

a. Positif

Sikap wartawan terhadap organisasi bersifat positif, artinya organisasi tersebut oleh wartawan dinilai telah menjalankan fungsi serta peran dalam masyarakat dengan baik serta memiliki persepsi dan kredibilitas yang baik.

b. Negatif

Sikap wartawan terhadap organisasi bersifat negatif, artinya wartawan menilai negatif kinerja humas kemudian akan mengambil jarak terhadap organisasi yang tercermin dalam minimnya pemberitaan atau peliputan.

Terhadap kedua teori dari Sears, Freedman, dan Peplau serta Kotler di atas, peneliti memberikan batasan bahwa teori sikap yang akan dijadikan landasan untuk meneliti adalah teori komponen sikap yang diterapkan dalam eksekusi sikap dan tindakan wartawan baik itu positif maupun negatif kepada humas DPR RI. Seluruh konsep sikap wartawan, terutama penilaiannya terhadap pelaksanaan prinsip-prinsip hubungan media oleh humas nantinya akan dibatasi lagi menjadi konsep-konsep khusus yang turunannya akan menjadi dasar pertanyaan dalam kuesioner.

F. Kerangka Konsep

1. Prinsip-Prinsip Hubungan Media

Prinsip-prinsip hubungan media menjadi salah satu variabel kunci yang akan digunakan sebagai dasar dari penelitian ini. Prinsip yang dipakai merupakan prinsip yang dikemukakan oleh Jefkins dalam buku *Public Relations* (edisi keempat).

Dikatakan bahwa hubungan media suatu organisasi efektif apabila mampu mempengaruhi media, khususnya wartawan untuk bersikap positif kepada organisasi.

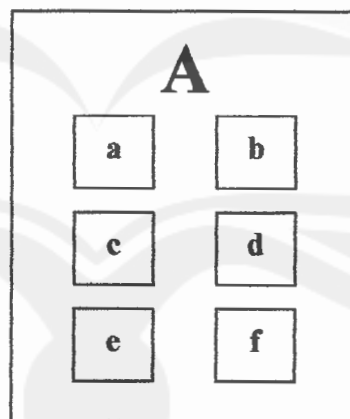
Prinsip-prinsip hubungan media yang dikemukakan oleh Jefkins dijadikan dasar penelitian sebab dalam prinsip ini telah terkandung hal-hal utama dan pokok tentang *media relations*, terutama tentang bagaimana sebuah organisasi atau institusi menjalin hubungan dengan wartawan. Prinsip-prinsip hubungan media menjelaskan secara panjang lebar hal-hal yang harus dilakukan organisasi/institusi dalam menjalin hubungan dengan wartawan, mulai dari pemahaman terhadap media sampai dengan hubungan personal (total terdapat 6 faktor yang harus dilaksanakan oleh organisasi).

Dalam penelitian ini, prinsip-prinsip hubungan media Jefkins dijadikan tolak ukur dalam menilai organisasi apakah sudah menjalankan prinsip secara total atau belum. Lewat pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner (yang telah disusun berdasarkan variabel turunan dari konsep prinsip-prinsip hubungan media) akan dapat diketahui dengan seksama apakah humas DPR RI telah melaksanakan prinsip ini atau belum. Lebih dari itu, prinsip ini juga dijadikan alasan untuk mengukur sikap dan persepsi wartawan terhadapnya. Artinya, ketika suatu organisasi telah menjalankan prinsip-prinsip hubungan media ini apakah juga akan mendapat sikap dan persepsi yang positif dari para wartawan.

Agar tidak meluas dan masih tetap pada konteksnya, maka penelitian ini memberi batasan bagi prinsip-prinsip hubungan media yang diberlakukan. Batasan tersebut adalah, bahwa penelitian ini hanya akan menerapkan prinsip hubungan media yang dikemukakan oleh Frank Jefkins (yang berjumlah 6 prinsip), di luar itu bukan merupakan konteks penelitian ini.

Penelitian ini melakukan pengukuran pengaruh *media relations* terhadap organisasi. Pengukuran direpresentasikan oleh citra / persepsi humas (tercermin dalam kredibilitasnya) yang akan mempengaruhi sikap media massa terhadap organisasi, yang terutama ditunjukkan oleh wartawan sebagai bagian inti dari media lewat pemberitaan dan peliputan yang dilakukannya. Persepsi terhadap humas yang baik (yang merupakan cerminan dari hubungan baik) dibentuk dari prinsip-prinsip hubungan media yang dilaksanakan oleh organisasi. Prinsip-prinsip tersebut terdiri dari enam faktor yang saling berhubungan (*inrelated factors*), meliputi : pemahaman dan pelayanan media, profesionalisme *public relations*, penyediaan salinan, materi pers, verifikasi, dan hubungan personal.

GAMBAR 1.2
Konsep Prinsip-Prinsip Hubungan Media



Keterangan :

A : Variabel prinsip-prinsip hubungan media ;

- a. Pemahaman dan Pelayanan Media
- b. Profesionalisme PR
- c. Materi Pers
- d. Penyediaan Salinan
- e. Verifikasi
- f. Hubungan Personal

Konsep turunan (faktor) dari prinsip-prinsip hubungan media adalah sebagai berikut :

a. Pemahaman dan Pelayanan Media

Pemahaman dan pelayanan media mutlak diperlukan untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan media yang bersifat timbal balik. Pemahaman dan pelayanan tersebut dilakukan dengan kaidah-kaidah tertentu yang sesuai dengan prinsip-prinsip hubungan media yang baik, sebab jika pelayanan dan pemahaman terhadap media berlangsung dengan baik maka juga mampu memberikan keuntungan berupa sikap positif media terhadap PR dan organisasi yang diembannya.

Adapun humas menurut Jefkins harus memahami hal-hal terpenting perihal media seperti *kebijakan editorial, frekuensi penerbitan* (dan juga penyiaran), *tanggal terbit, daerah sirkulasi, dan jangkauan distribusi*. Sedangkan Sullivan menyoroti bahwa humas organisasi harus melaksanakan enam pelayanan terhadap media, disamping juga harus menyediakan semacam kantor pers yang berisi fasilitas dan peralatan tertentu seperti : anggaran, mesin tik, lemari arsip, telepon, kartu nama, akses untuk mesin fotokopi dan mesin fax serta ruangan khusus untuk acara jumpa / pertemuan-pertemuan dengan pers.

Oleh karena itu dalam penelitian ini kriteria untuk mengukur baik atau tidaknya pelayanan dan pemahaman humas DPR RI terhadap media menggunakan elemen-elemen teori dari Jefkins, Sullivans, dan Rachmadi. Artinya kuesioner yang nanti akan disebarkan pada wartawan DPR RI salah satu item pokoknya berisi variabel turunan dari konsep pemahaman dan

pelayanan media, yang disusun berdasar metode perbedaan semantik dengan skala ordinal.

b. Profesionalisme *Public Relations*

Profesionalisme PR yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada konsep profesional yang dikemukakan oleh Black dan Sharpe serta organisasi IPRA (*International Public Relations Association*). Black dan Sharpe (1988:239) menyatakan bahwa perilaku humas yang profesional dalam menjalankan program hubungan media akan berpengaruh pada kredibilitas PR itu sendiri. Praktisi humas yang baik adalah mereka yang senantiasa berusaha memberikan nasihat-nasihat terbaik, tidak suka menyuap atau disuap apalagi korup, serta selalu mengemukakan segala sesuatu atas dasar fakta-fakta yang ada, bukan mengada-ada atau hanya untuk menyenangkan kalangan tertentu saja, misalnya kalangan media yang memang sering menentukan opini masyarakat atas sosok dan kehadiran suatu organisasi. Humas, demikian diungkapkan oleh Black dan Sharpe, berikrar untuk bertingkah laku profesional dengan kebenaran, ketepatan, kejujuran, dan bertanggung jawab kepada masyarakat.

Seperti sudah dijelaskan diatas bahwa penelitian ini juga melihat dan mengukur profesionalisme humas DPR RI dari peraturan-peraturan internasional yang sudah ditetapkan IPRA, seperti terpeliharanya standar moral maupun reputasi yang baik serta integritas profesional yang artinya ketaatan pada anggaran dasar dan peraturan IPRA.

Batasan profesionalisme disini dengan jelas mengacu pada dua konsep diatas, yaitu konsep profesional dari Black dan Sharpe serta IPRA, di luar itu bukan merupakan kajian dari penelitian ini.

c. Materi Pers

Konsep Materi Pers / Media yang dikemukakan Jefkins ini adalah untuk mendapatkan persepsi yang baik mengenai organisasi yang termanifestasikan oleh humas, oleh karena itu humas harus memperhatikan beberapa hal berkaitan dengan materi pers / media ini. Materi pers harus bebas dari nilai-nilai dan kepentingan sepihak, kriteria kejujuran dan kenetralan itu juga harus dipegang teguh oleh praktisi humas. Setiap pesan atau berita yang mereka sampaikan kepada masyarakat melalui media haruslah sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya. Selain hal tersebut, materi pers memiliki ukuran-ukuran tertentu yang harus dipenuhi agar suatu kejadian atau suatu peristiwa dalam masyarakat dapat diberitakan oleh media, ukuran-ukuran tersebut adalah kriteria layak berita (*news value, news worthy*).

Adapun klasifikasi layak berita adalah sebagai berikut : *Significance* (penting), *Magnitude* (besar), *Timeliness* (waktu), *Proximity* (kedekatan), dan *Human Interest* (manusiawi). Penelitian ini akan melihat sejauh mana humas DPR RI dapat memberikan materi pers yang berbobot kepada wartawan koordinatioriat DPR RI. Adapun bobot materi ditentukan dari berbagai ketentuan mengenai materi pers yang baik seperti sudah diungkap di atas.

d. Penyediaan Salinan

Penyediaan salinan pers untuk wartawan sangatlah penting untuk mendukung kinerja media di dalam meliput atau melakukan pemberitaan terhadap lembaga, salinan akan sangat membantu dalam koreksi dan penyusunan ulang untuk suatu terbitan atau liputan di TV dan radio.

Penelitian yang didasarkan pada model teori Jefkins ini meninjau besaran salinan pers yang telah disediakan oleh humas DPR RI kepada wartawan-wartawan koordinatiorat DPR RI. Salinan pers yang dimaksud disini ialah salinan sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Jefkins (1992:101), yaitu dari *news service* seperti *news release*, *news kit*, *executive profile*, dan salinan foto-foto yang baik dan menarik.

e. Verifikasi

Seperti sudah diungkapkan di atas bahwa persepsi terhadap humas yang baik (yang merupakan cerminan dari hubungan baik) dibentuk dari prinsip-prinsip hubungan media yang dilaksanakan oleh organisasi. Salah satu dari prinsip-prinsip tersebut adalah penyediaan fasilitas verifikasi bagi para petugas media. Humas perlu memberi kesempatan kepada insan media untuk melakukan verifikasi (membuktikan kembali) atas setiap materi pers yang telah mereka terima. Verifikasi mutlak diperlukan oleh para wartawan / reporter demi mendapatkan fakta yang benar-benar akurat. Kekurangcermatan sumber dalam memberikan materi kepada pers data memberikan akibat yang fatal dan cenderung menimbulkan salah tafsir.

Dalam penelitian ini yang akan menjadi titik fokus adalah sikap wartawan koordinatoriat DPR RI terhadap humas DPR RI ditinjau dari penyediaan kesempatan verifikasi bagi wartawan setelah mendapat informasi dari humas tentang lembaga. Konsep verifikasi yang digunakan mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Jefkins dan Siregar (1998:213). Kedua konsep ini digunakan karena selain lengkap juga akurat.

f. Hubungan Personal

Penelitian ini ingin mengetahui juga sejauh mana hubungan personal yang tercipta antara humas DPR RI dengan wartawan. Penelitian akan melihat pengaruh dari hubungan tersebut pada sikap wartawan dan terhadap organisasi, dengan juga melihat variabel lain yaitu persepsi wartawan koordinatoriat DPR RI terhadap humas DPR RI.

Hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerja sama dan sikap saling menghormati profesi masing-masing antara humas dan wartawan. Dalam mengembangkan hubungan, salah satu variabel yang paling penting dan paling banyak ditelaah adalah daya tarik (*attraction*). Untuk itulah humas dalam mengembangkan hubungan dengan wartawan juga berpijak pada teori dari De Vito, DeVito telah menemukan bahwa terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi daya tarik, kelima faktor tersebut adalah : daya tarik fisik dan kepribadian, kedekatan (proksimitas), pengukuhan, kesamaan, dan sifat saling melengkapi (*complementary*).

Konsep hubungan personal yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada konsep hubungan personal yang dikemukakan oleh Sam Black dan Melvin L. Sharpe (1988:39) dan Joseph De Vito (1996:238).

2. Persepsi

Penelitian ini menjadikan persepsi wartawan sebagai tolak ukur hubungannya dengan humas. Persepsi tidak bisa dibentuk secara begitu saja melainkan melewati beberapa proses yang berkesinambungan. Apalagi penelitian ini memfokuskan pada persepsi wartawan, yang tentu lebih memiliki kematangan berpikir dalam memberikan penilaian terhadap orang lain, terlebih juga penilaian tersebut adalah untuk *public relations officers*. Persepsi (yang menjadi pokok kajian penelitian ini) pada akhirnya juga akan menjadi titik tolak pencitraan terhadap objek yang menjadi persepsi.

Dengan demikian, citra yang terbentuk sepenuhnya ditentukan oleh bagaimana humas mampu membangun persepsi yang didasarkan oleh realitas yang terjadi. Sehingga proses pencitraan ini dapat dirangkai sebagai PRC (Persepsi-Realitas-Citra). Sekalipun persepsi belum tentu sama dengan realitas yang muncul tetapi persepsi tidak bisa dibangun tanpa realitas yang mendasar.

Penelitian ini mengukur dan menilai persepsi wartawan koordinatoriat DPR RI terhadap humas DPR RI, penilaian tersebut didasarkan dari pelaksanaan prinsip-prinsip hubungan media oleh humas terhadap wartawan, apakah sudah memenuhi kaidah-kaidah tertentu seperti yang sudah digariskan atau belum. Teori dari Sears, Freedman, dan Peplau dalam bukunya *Social Psychology* (1985:52-53) dijadikan pijakan untuk menilai apakah humas dalam menjalankan pemahaman

terhadap karakter media, *news value*, serta kepentingan dan peran wartawan sudah mencapai kesan yang baik atau belum. Sementara lewat Teori PRC (Persepsi-Realitas-Citra) milik Wasesa (2005:35-36) akan dapat dijabarkan apakah humas dalam menjalankan profesinya sudah menampakkan realitas yang sebenarnya atau tidak, dalam artian sudah dilaksanakan dengan jujur, profesional, dan bertanggung jawab atau belum. Batasan terhadap konsep persepsi juga diberlakukan dalam penelitian ini, persepsi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah persepsi yang muncul dari diri para wartawan terhadap humas DPR RI.

Batasan mengenai konsep persepsi di sini dengan jelas mengacu pada penjelasan diatas, di luar itu bukan merupakan hal pokok yang menjadi kajian dari penelitian ini.

3. Sikap

Konsep sikap yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada konsep yang sudah dirumuskan oleh Sears, Freedman, dan Peplau yang menggabungkan unsur-unsur dua pendekatan yakni perspektif belajar dan perspektif kognitif.

Konsep sikap di penelitian ini mengacu pada dua konsep sikap, yaitu konsep sikap yang memberikan penilaian (afektif) dan konsep sikap berperilaku (konatif). Konsep afektif digunakan dasar untuk menyusun kuesioner yang meliputi berbagai pertanyaan mengenai perasaan wartawan terhadap petugas humas, prasangka-prasangka yang terjadi terhadap pelaksanaan program hubungan media, dan lain sebagainya. Sedangkan konsep perilaku digunakan peneliti sebagai dasar dalam memberikan arti yang lebih luas dari penemuan penelitian (lebih banyak dipakai di dalam bab interpretasi hasil penelitian).

Selain komponen-komponen dari teori sikap di atas, penelitian ini juga menggunakan konsep peran *public relations* dalam menegakkan citra berkaitan erat dengan persepsi dan sikap (pendirian) publik dalam hal ini adalah media terhadap obyek yang dinilai. Lebih lanjut dapat dijelaskan bahwa penegakan citra atau kredibilitas humas di mata wartawan diwujudkan dalam penerapan program / prinsip-prinsip hubungan media yang baik. Dari teori tersebut dapat dikerucutkan bahwa persepsi wartawan terhadap kredibilitas humas sangat menentukan sikap wartawan terhadap DPR RI. Sikap dan tindakan wartawan (yang juga merepresentasikan sikap dan tindakan media) terhadap humas pada dasarnya terbagi menjadi 2 yaitu positif dan negatif.

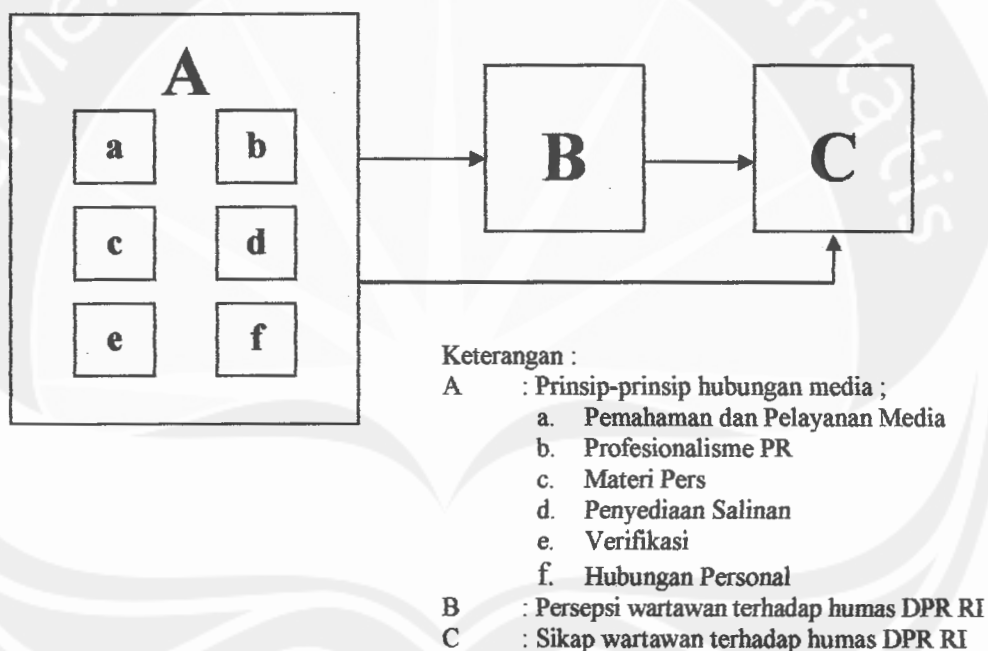
Batasan sikap di sini dengan jelas mengacu pada penjelasan diatas, di luar itu bukan merupakan hal pokok yang menjadi kajian dari penelitian ini.

4. Model Permasalahan Dalam Penelitian

Dalam model digambarkan bagaimana alur konsep permasalahan dalam penelitian ini. Secara garis besar dapat dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan dasar pemikiran dari Frank Jefkins, pelaksanaan prinsip-prinsip hubungan media akan memberikan dampak tertentu pada persepsi dan juga sikap sasaran, yaitu wartawan. Alur model tersebut diawali dengan penerapan prinsip-prinsip hubungan media oleh humas DPR RI (A), lengkap dengan enam faktor turunan yang saling berhubungan (*inrelatted factors*) yakni : pemahaman dan pelayanan media, profesionalisme PR, materi pers, penyediaan salinan, verifikasi, dan hubungan personal. Kemudian dari penerapan prinsip itu memberikan pengaruh pada sasarannya, yakni wartawan koordinatiorat DPR RI. Adapun

pengaruh tercermin di sikap dan persepsi mereka terhadap humas DPR RI. Namun ada perbedaan di antara keduanya, jika sikap merupakan variabel yang pasti (variabel terpengaruh) maka persepsi masih merupakan variabel yang harus diuji apakah memperkuat atau memperlemah hubungan antara pelaksanaan prinsip-prinsip hubungan media dengan sikap wartawan terhadap Humas DPR RI.

GAMBAR 1.3
Model Konsep Permasalahan Dalam Penelitian



G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Singarimbun 1995:46). Dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel melalui indikator-indikatornya, sehingga memudahkan dalam pengukurannya. Definisi operasional adalah suatu informasi

ilmiah yang amat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama. Penelitian ini terdiri dari variabel pengaruh, variabel terpengaruh, dan satu variabel yang ingin dibuktikan apakah merupakan variabel antara atau tidak. Dari variabel ini kemudian diterjemahkan menjadi item-item operasional.

1. Variabel Pengaruh

Variabel Pengaruh / bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel yang lain (Rakhmat 1993:12).

Yang menjadi variabel pengaruh bagi semua variabel yang ada dalam model teori Jefkins adalah variabel A (prinsip-prinsip hubungan media), yang terdiri dari enam variabel turunan yaitu variabel a (pemahaman dan pelayanan media), b (profesionalisme *public relations*), c (materi pers), d (penyediaan salinan), e (verifikasi) dan f (hubungan personal).

1.1 Pemahaman dan Pelayanan Media

Diukur dengan menggunakan skala ordinal dari 1 hingga 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin baik pula pemahaman dan pelayanan yang dilakukan oleh humas DPR RI di mata responden (wartawan koordinatiorat DPR RI)

Indikatornya adalah :

a. Kebijakan editorial :

Humas DPR RI sudah memahami aspirasi pendirian setiap media yang menjadi publik eksternalnya, terutama media-media yang wartawannya tergabung dalam koordinatiorat wartawan DPR RI.

b. Jangkauan distribusi :

Humas DPR RI selalu mengetahui karakteristik khalayak pembaca atau pemirsa suatu media.

c. Pelayanan media :

i. Humas DPR RI selalu menjalin hubungan dengan pihak jurnalis, editor, dan penerbit dari media dimana saudara bekerja.

ii. Humas DPR RI selalu bertindak sebagai *contact person* bagi setiap wartawan yang akan meliput suatu peristiwa, melayani dan memberikan setiap kebutuhan wartawan dalam menjalankan tugasnya.

iii. Humas DPR RI senantiasa menjalin kerjasama dengan wartawan untuk peliputan di DPR RI, termasuk dalam mempersiapkan dan merancang konferensi pers.

d. Kantor pers :

Humas DPR RI menyediakan kantor pers bagi para wartawan yang berisi fasilitas dan peralatan tertentu seperti yang sudah disediakan dalam *media center, press room*, dan lain sebagainya.

1.2 Profesionalisme PR

Profesionalisme PR yang dimaksud disini ialah sikap profesional humas DPR RI dalam menjalankan prinsip-prinsip hubungan media. Diukur dengan menggunakan skala ordinal dari 1 hingga 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi pula tingkat profesionalitas humas DPR RI. Indikatornya adalah :

- a. Humas DPR RI dalam menjalin hubungan dengan media / wartawan sudah menerapkan etika profesi dengan baik.
- b. Dalam menjalankan hubungan media, humas DPR RI tidak suka menyuap atau disuap
- c. Humas DPR RI senantiasa mengemukakan segala sesuatu atas dasar fakta-fakta yang ada, bukan mengada-ada atau hanya untuk menyenangkan kalangan tertentu saja
- d. Humas DPR RI senantiasa bertingkah laku profesional dengan kebenaran, ketepatan, kejujuran, dan bertanggung jawab kepada masyarakat
- e. Humas DPR RI senantiasa melakukan kegiatan-kegiatan profesionalnya sejalan dengan kepentingan umum dan dengan penuh hormat demi martabat pribadi.
- f. Humas DPR RI di setiap waktu berusaha memberikan gambaran seimbang dan terpercaya terhadap lembaga DPR RI

1.3 Materi Pers

Materi pers yang dimaksud disini ialah materi-materi atau bahan berita yang diberikan oleh humas DPR RI melalui Bagian Pemberitaan dan Penerbitan kepada wartawan sehubungan dengan praktek hubungan media. Diukur dengan menggunakan skala ordinal dari 1 hingga 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi pula tingkat kualitas materi yang disediakan oleh humas DPR RI terhadap wartawan. Indikatornya adalah :

- a. Informasi dalam *press release* yang diberikan oleh humas DPR RI selalu menarik dan berguna bagi masyarakat luas.
- b. *Press release* sungguh-sungguh mencerminkan fakta yang berhubungan dengan materi yang dibahas, serta bebas dari nilai-nilai dan kepentingan sepihak.
- c. Materi berita yang disampaikan humas DPR RI selalu memenuhi kriteria layak berita seperti *Significance* (penting), *Magnitude* (besar), *Timeliness* (waktu), *Proximity* (kedekatan), dan *Human Interest* (manusiawi).
- d. Materi yang disampaikan humas DPR RI selalu ditulis dan disusun secara ringkas, cermat, jelas, dan lugas.
- e. Materi yang disampaikan humas DPR RI selalu sudah mengandung formula 5W + 1H (*apa, siapa, mengapa, di mana, bilamana, dan bagaimana*).

1.4 Penyediaan Salinan

Salinan yang dimaksud disini ialah salinan materi pers yang diberikan oleh humas DPR RI kepada para wartawan. Diukur dengan menggunakan skala ordinal dari 1 hingga 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi pula tingkat penyediaan salinan materi yang disediakan oleh humas DPR RI. Indikatornya adalah :

- a. Materi pers (*press release*) yang dibagi humas DPR RI pada para wartawan tidak pernah kurang sehingga wartawan tidak perlu repot mencatat dan menggandakannya sendiri.

- b. Humas DPR RI senantiasa menyediakan salinan foto-foto yang baik dan menarik, yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam materi pers.

1.5 Verifikasi

Verifikasi yang dimaksud disini ialah pembuktian kembali atas setiap materi pers yang diterima oleh wartawan. Diukur dengan menggunakan skala ordinal dari 1 hingga 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi pula kesempatan yang diberikan oleh humas DPR RI terhadap wartawan untuk melakukan verifikasi dan *check and recheck*. Indikatornya adalah :

- a. Wartawan senantiasa diberikan kesempatan selalu memeriksa ulang (*check and recheck*) kebenaran dan akurasi setiap fakta yang diberikan oleh humas DPR RI.
- b. Humas DPR RI tidak pernah menghalang-halangi wartawan yang akan melakukan *cross check* terhadap sumber lain baik itu di kalangan internal maupun eksternal lembaga DPR RI.

1.6 Hubungan Personal

Hubungan personal yang dimaksud disini ialah hubungan secara personal antara humas DPR RI dengan para wartawan yang bertugas di kompleks DPR RI dan tergabung dalam koordinatariat wartawan DPR RI. Diukur dengan menggunakan skala ordinal dari 1 hingga 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin

tinggi pula kualitas hubungan yang terjalin antara humas DPR RI dengan para wartawan. Indikatornya adalah :

- a. Dalam menjalin hubungan dengan wartawan, humas DPR RI senantiasa berlaku terbuka, jujur, dan menghormati profesi wartawan sepenuhnya
- b. Daya tarik fisik dan kepribadian seorang petugas humas DPR RI semakin mempermudah wartawan untuk mendekati hubungan dengannya, sembari melekatkan karakteristik-karakteristik positif kepadanya
- c. Humas DPR RI senantiasa menghargai atau mengukuhkan keberadaan wartawan. Penghargaan atau pengukuhan itu selalu ditunjukkan dengan memberi pujian, komplimen, maupun hadiah barang
- d. Antara humas DPR RI dan wartawan terjalin hubungan yang saling melengkapi (*complementary*), baik dalam kerja profesi maupun dalam kehidupan sehari-hari

2. Variabel Terpengaruh / Tak Bebas / *Dependent*

Variabel terpengaruh / *dependent* (tak bebas) adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel tak bebas bagi variabel A (prinsip-prinsip hubungan media) dan B (persepsi wartawan terhadap humas DPR RI) adalah variabel C (sikap wartawan terhadap humas DPR RI).

2.1 Sikap Wartawan Terhadap Humas DPR RI

Sikap media yang dimaksud disini ialah sikap wartawan media terhadap organisasi, dalam penelitian ini wartawan menunjuk para wartawan di koordinatioriat DPR RI dan humas menunjuk pada humas DPR RI. Diukur dengan

menggunakan skala ordinal dari 1 hingga 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin tinggi pula sikap positif yang ditunjukkan media terhadap organisasi.

Indikatornya adalah :

- a. Wartawan mengetahui dengan baik keberadaan humas DPR RI beserta program hubungan media yang dilaksanakannya.
- b. Fasilitas media yang disediakan humas DPR RI menunjang kinerja wartawan.
- c. Kinerja humas DPR RI profesional.
- d. Materi berita yang disediakan oleh humas DPR RI menunjang kinerja peliputan wartawan.
- e. Kelengkapan salinan berita yang diberikan oleh humas DPR RI (berupa foto-foto, *fotocopy* jadwal-jadwal sidang, dan lain sebagainya) menunjang kinerja peliputan wartawan.
- f. Kebebasan untuk melakukan verifikasi / *check dan recheck* menunjang kinerja wartawan.
- g. Jalanan hubungan personal dengan humas DPR RI menunjang kinerja wartawan
- h. Koordinatoriat Wartawan DPR RI menunjang kinerja wartawan.
- i. Wartawan dalam meliput peristiwa atau kejadian di DPR RI akan selalu konfirmasi dengan humas DPR RI untuk menghindari berita yang negatif.

3. Variabel Antara

Variabel antara adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi (memperlemah / memperkuat) hubungan antara variabel pengaruh dengan terpengaruh. Dalam penelitian ini variabel B (persepsi wartawan terhadap humas DPR RI) diprediksi sebagai variabel antara, atau dengan kata lain merupakan variabel yang ingin dibuktikan di dalam penelitian ini apakah berfungsi sebagai variabel antara atau tidak.

3.1 Persepsi Wartawan Terhadap Humas DPR RI

Persepsi yang dimaksud adalah persepsi wartawan koordinatiorat DPR RI terhadap humas. Diukur dengan menggunakan skala ordinal dari 1 hingga 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin baik pula persepsi wartawan terhadap humas DPR RI. Indikatornya adalah :

- a. Humas DPR RI sudah memberikan kesan baik dalam memahami kepentingan wartawan / reporter.
- b. Humas DPR RI sudah memberikan kesan baik dalam memberikan informasi yang relevan.
- c. Humas DPR RI bersikap total dalam melayani wartawan.
- d. Humas DPR RI dalam menjalankan profesinya memberikan kesan profesional.
- e. Humas DPR RI dalam menjalankan profesinya memberikan kesan jujur.
- f. Humas DPR RI dalam menjalankan profesinya memberikan kesan bertanggung jawab.

- g. Humas DPR RI memiliki kesan fisik dan pribadi yang menarik.
- h. Humas DPR RI memiliki kemampuan menulis baik.
- i. Humas DPR RI memiliki kemampuan berbicara baik.

H. Hipotesis

Kerlinger (1973) menyatakan bahwa suatu hipotesis merupakan “*A Conjectural statement, a tentative proposition, about the relation between two or more phenomena or variables*”. (suatu pernyataan dugaan, suatu proposisi sementara, mengenai hubungan / kaitan antara dua atau lebih variabel).

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ada 2 (dua) bagian yaitu H_k dan H_o . Singarimbun dan Effendy (1995 : 44-45) mengemukakan bahwa semua hipotesa yang dirumuskan oleh peneliti, baik yang bersifat relasional maupun deskriptif, disebut hipotesa kerja (H_k). Agar dapat diuji secara statistik, diperlukan sesuatu untuk membandingkan hipotesa kerja tadi. Dalam penelitian sosial, pembandingan ini biasanya tidak ada; karena itu dibuat pembandingan secara arbitrer yang berbentuk suatu hipotesa nol (H_o) yang merupakan formulasi terbalik dari hipotesa kerja. Berikut H_k dan H_o yang terdapat dalam penelitian ini.

Hipotesa kerja (H_k) :

- Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel prinsip-prinsip hubungan media (A) dengan variabel persepsi wartawan terhadap humas DPR RI (B).

- Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi wartawan terhadap humas DPR RI (B) dengan variabel sikap wartawan terhadap humas DPR RI (C).
- Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel prinsip-prinsip hubungan media (A) dengan variabel sikap wartawan terhadap humas DPR RI (C).
- Variabel persepsi wartawan terhadap humas DPR RI (B) terbukti berperan sebagai variabel antara dalam penelitian ini.

Hipotesa nol (H₀) :

- Variabel prinsip-prinsip hubungan media (A) tidak mempengaruhi variabel persepsi wartawan terhadap humas DPR RI (B).
- Variabel persepsi wartawan terhadap humas DPR RI (B) tidak mempengaruhi variabel sikap wartawan terhadap humas DPR RI (C).
- Variabel prinsip-prinsip hubungan media (A) tidak mempengaruhi variabel sikap wartawan terhadap humas DPR RI (C).
- Variabel persepsi wartawan terhadap humas DPR RI (B) tidak berperan sebagai variabel antara dalam penelitian ini.

I. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun

1995:3). Sedangkan Nazir mengemukakan bahwa metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara riil, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau pun suatu daerah (1983 : 65). Metode survei membedah dan menguliti serta mengenal masalah-masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktek-praktek yang sedang berlangsung.

Sifat penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah eksplanatif. Eksplanatif berarti menjelaskan hubungan yang terjadi. Dengan demikian penelitian eksplanatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pelaksanaan prinsip-prinsip hubungan media terhadap persepsi wartawan oleh humas DPR RI yang akan mempengaruhi sikap wartawan terhadap lembaga berdasarkan Teori hubungan medianya Frank Jefkins di kalangan wartawan koordinatioriat DPR RI. Penelitian eksplanatif disini akan berhubungan dengan data-data kuantitatif yang dinyatakan dalam bentuk angka yang dapat dihitung secara matematik dengan mempergunakan rumus-rumus statistika. Penggunaan data-data kuantitatif dalam penelitian dinilai lebih obyektif karena bersifat nyata dan konkret untuk dijadikan bukti ilmiah.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Komplek DPR/MPR RI Senayan, Jakarta Selatan. Lokasi ini dipilih selain karena obyek penelitian yakni wartawan koordinatioriat DPR RI juga berada di lokasi ini, juga memudahkan penulis untuk melakukan observasi langsung terhadap proses pelaksanaan prinsip-prinsip hubungan media di DPR RI.

3. Populasi

Populasi dalam pemikiran Mantra dan Kasto (1995:152) ialah jumlah keseluruhan unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Sedangkan definisi lain mengatakan serupa bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan digunakan dalam sebuah penelitian. Populasi memiliki ruang lingkup yang sangat luas. Penelitian ini menggunakan Koordinatoriat Wartawan DPR RI sebagai populasi, sebab koordinatoriat wartawan DPR RI merupakan wadah berkumpulnya wartawan-wartawan DPR RI yang dalam penelitian ini menjadi obyek yang diteliti. Untuk tahun ini jumlah anggota koordinatoriat mencapai 137 wartawan.

4. Sampel

Tidak semua anggota dalam populasi akan diteliti. Disebabkan oleh keterbatasan dana, waktu, dan tenaga maka peneliti membatasi jumlah subjek penelitian yang diambil. Pembatasan ini dibuat dengan melaksanakan penelitian sampel, yaitu penelitian dengan menggunakan sebagian dari populasi sebagai subjek penelitian. Sebuah sampel haruslah dipilih sedemikian rupa sehingga setiap satuan elementer mempunyai kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih dan besarnya peluang tersebut tidak boleh sama dengan 0. Di samping itu pengambilan sampel haruslah menggunakan metode yang tepat yang sesuai dengan ciri-ciri populasi dan tujuan penelitian. Meskipun sebuah sampel terdiri dari sebagian populasi, tetapi sebagian dari populasi itu tidak selalu dapat disebut sebuah sampel apabila cara-cara pengambilannya tidak benar (Mantra dan Kasto,

1995:149). Lebih lanjut Teken (1965:38) menyatakan bahwa suatu metode pengambilan sampel yang ideal mempunyai sifat-sifat sebagai berikut :

- a. Dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti.
- b. Bersifat sederhana, sehingga mudah dilaksanakan
- c. Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya serendah-rendahnya

Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa jumlah wartawan yang setiap harinya bertugas meliput di DPR, serta tergabung dalam koordinatariat wartawan DPR RI, adalah sebanyak 137 orang.

Untuk penentuan besarnya sampel didasarkan pada tabel ukuran sampel untuk tingkat kepercayaan dan presisi tertentu jika menyampel atribut dalam persen (Rakhmat 1993:172) dengan selang kepercayaan 95%, presisi 10% dimana untuk ukuran 137 (dibulatkan 500) , maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80 orang. (pembulatan dari 83 Orang). Tabel ukuran sampel untuk tingkat kepercayaan dan presisi tertentu jika menyampel atribut dalam persen* selang kepercayaan 95% ($p = 0,5$)^a ada di bagian lampiran laporan penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel secara acak (*random*) yang dalam literatur inggris disebut *random sampling* atau *probability sampling* dalam literatur Amerika. Dalam penelitian ini *probability sampling* dilakukan dengan cara *Systematic Sampling* (Mantra dan Kasto,1995:159).

Pengambilan Sampel sistematis ialah suatu metode pengambilan sampel dimana **hanya unsur pertama saja dari sampel dipilih secara acak**, sedangkan unsur-unsur selanjutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu. Menurut Mantra dan Kanto (1995:160) cara penggunaan metode ini adalah sebagai berikut : Misalnya jumlah satuan-satuan elementer dalam populasi adalah N , dan besar sampel yang akan diambil adalah n , maka hasil bagi itu dinamakan interval sampel dan biasanya diberi kode k . Unsur pertama dalam sampel lalu dipilih secara kebetulan diantara satuan elementer bernomor urut I , dan satuan bernomor urut k dari populasi. Andaikan yang terpilih itu adalah satuan elementer bernomor urut s , maka unsur-unsur selanjutnya dalam sampel dapat ditentukan, yaitu :

Unsur pertama	= s
Unsur kedua	= $s + k$
Unsur ketiga	= $s + 2k$
Unsur keempat	= $s + 3k$, dan seterusnya

Teori diatas juga diperkuat oleh Rakhmat (1991:79). Dinyatakan bahwa untuk suatu penentuan sampel (untuk responden) yang menggunakan rancangan *Sampling Sistematis*, maka unsur pertamalah yang dipilih secara random. Unsur-unsur lainnya ditarik dengan mengambil jarak tertentu. Jarak tertentu didapat dengan membagikan jumlah populasi keseluruhan dengan jumlah sampel.

Dalam penelitian ini $k = N/n$, yaitu $137/80 = 1,7125$, kemudian dibulatkan menjadi 2. Sesuai dengan ketentuan metode sampel sistematis, unsur pertama diambil secara acak (diundi). Dan setelah dilakukan pengambilan acak maka

terpilih nomor 67, jadi $s = 67$. Kemudian diterapkanlah rumus yang pada paragraph selanjutnya sudah dijelaskan panjang lebar :

$$\begin{aligned} \text{Unsur pertama} &= 67 \\ \text{Unsur kedua} &= 67 + 2 = 69 \\ \text{Unsur ketiga} &= 67 + 2 (2) = 71 \\ \text{Unsur keempat} &= 67 + 3 (2) = 73, \text{ dan seterusnya} \end{aligned}$$

Secara lebih jelas urutan nomor yang akan menjadi unsur / responden dalam penelitian ini adalah 67, 69, 71, 73, 75, 77, 79, 81, 83, 85, 87, 89, 91, 93, 95, 97, 99, 101, 103, 105, 107, 109, 111, 113, 115, 117, 119, 121, 123, 125, 127, 129, 131, 133, dan 137. Keseluruhan unsur responden berjumlah 35.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang langsung diambil dari objek penelitian dengan melakukan penelitian lapangan atau *field research* dengan instrumen berupa kuisisioner. Kuisisioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada subyek penelitian dengan maksud agar orang itu memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari buku-buku literatur, dan media lainnya seperti surat kabar, majalah, maupun internet sesuai dengan masalah yang dikaji dalam penelitian.

6. Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran ordinal. Skala ordinal merupakan tingkat pengukuran yang memungkinkan peneliti untuk mengurutkan respondennya dari tingkatan “paling rendah” ke tingkatan “paling tinggi” menurut suatu atribut tertentu (Singarimbun 1995:102). Tingkat ukuran ordinal banyak digunakan dalam penelitian sosial terutama untuk mengukur kepentingan, sikap, atau persepsi. Melalui pengukuran ini, peneliti dapat membagi respondennya ke dalam urutan *ranking* atas dasar sikapnya pada obyek atau tindakan tertentu. Dalam penelitian ini, sikap responden pada obyek atau tindakan tertentu dibagi menjadi Sangat Setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Serta Sangat Besar, Besar, Ragu-ragu, Tidak Besar, dan Sangat Tidak Besar.

7. Penyusunan Skala

Metode penyusunan skala yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan Metode Perbedaan Semantik (*Semantic Differentials*). Skala perbedaan semantic berusaha mengukur arti obyek atau konsep bagi seorang responden. Menurut Osgood, metode ini dapat mengukur tiga dimensi sikap, yakni :

- 6) Evaluasi responden tentang obyek atau konsep yang sedang diukur
- 7) Persepsi responden tentang potensi obyek atau konsep tersebut
- 8) Persepsi responden tentang aktifitas obyek

Secara lebih jelas dapat digambarkan penyusunan skala yang diterapkan dalam penelitian ini .

5	1
Sangat Setuju : -- : -- : -- : -- : --	Sangat Tidak Setuju
Sangat Besar : -- : -- : -- : -- : --	Sangat Tidak Besar

8. Metode Analisa Data

Statistik memegang peranan yang penting dalam penelitian, baik dalam penyusunan model, dalam pengembangan alat dan instrumen pengumpulan data, dalam penentuan sampel dan dalam analisa data. Dalam banyak hal, pengolahan dan analisa data tidak luput dari penerapan teknik dan metode statistik tertentu, yang mana kehadirannya dapat memberikan dasar bertolak dalam menjlaskan hubungan-hubungan yang terjadi. Statistik dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui apakah hubungan kausalitas antara dua atau lebih variabel benar-benar terkait secara benar atau tidak (Nazir 1983 : 443).

Penelitian melakukan teknik statistik sebanyak lima kali, yaitu analisa tabel distribusi frekuensi jawaban, analisa korelasi sederhana, analisa koefisien determinasi, analisa regresi sederhana, dan uji variabel antara. Kesemuanya dilakukan secara serempak dan memiliki hasil yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya.

Frekuensi adalah jumlah pemunculan. Jika data mentah diatur dalam kelas dengan frekuensinya, tabel tersebut dinamakan tabel distribusi frekuensi. Dalam membuat tabel distribusi frekuensi ini, besar interval harus sama. Pengelompokan tersebut dapat dicari dengan rumus *Sturge* (Nazir 1983 : 445), yaitu :

$$k = 1 + 3,3 \log n$$

di mana :

n = jumlah pengamatan

k = jumlah interval kelas

Jumlah interval kelas dapat juga ditentukan dengan menetapkan besar interval kelas terlebih dahulu. Besar interval kelas adalah selisih dari limit atas dua interval yang berurutan. Dengan menggunakan range dan besar interval kelas yang sudah dicari, jumlah interval kelas dapat dicari sebagai berikut :

$$k = R / i$$

$$i = R / k$$

di mana :

k = jumlah interval kelas

i = besar interval kelas

R = range

Analisa korelasi sederhana dan koefisien determinasi dilakukan oleh penulis langsung menggunakan program SPSS 11.5, kedua analisa ini menghasilkan data yang akan menentukan apakah variabel yang satu memiliki korelasi dengan variabel lainnya atau tidak. Khusus untuk koefisien determinasi (R^2), penulis menggunakan rumus dari Nazir (1983 : 532) :

$$R^2 = \frac{\text{variasi yang dapat diterangkan}}{\text{variasi yang harus diterangkan}}$$

Selanjutnya, teknik statistik yang dilakukan oleh penulis adalah Analisis Regresi Sederhana. Analisis regresi ingin mempelajari bagaimana eratnya hubungan antara satu atau beberapa variabel independent dengan sebuah variabel dependent. Dalam analisis regresi juga dipikirkan bahwa hubungan antara variabel independent dan variabel dependen adalah dalam bentuk linier. Bentuk umum dari analisis regresi adalah :

$$Y_i = \alpha + \beta X_i + \varepsilon_i$$

Keterangan :

Y_i = Variabel Terikat, X_i = Variabel Bebas

α = Intersepsi model atau nilai rata-rata Y prediksi jika $X=0$

β = Parameter regresi (Slope atau rata-rata perubahan pada Y jika X berubah 1 satuan)

ε = kesalahan prediksi (error)

Untuk mengukur seberapa besar variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh variasi dalam variabel independent digunakan ukuran koefisien determinasi. Hipotesis untuk menguji persamaan regresi adalah :

H_0 : Kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen tidak signifikan

H_a : kontribusi variabel independen signifikan terhadap variabel dependen

Untuk mengujinya kita menggunakan uji F, di mana jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka keputusan yang diambil adalah menolak H_0 . Sedangkan jika sebaliknya, kita menerima H_0 .

Dalam penelitian ini, kriteria signifikansi dilihat dari perbandingan nilai signifikansi yang diperoleh dengan α . Dinyatakan sebagai hubungan yang signifikan jika nilai signifikansinya lebih kecil atau sama dengan 0.05 ($\alpha \leq 0.05$) dan jika nilai signifikasinya lebih besar dari 0.05 ($\alpha > 0.05$) maka hubungan dinyatakan tidak signifikan. Tingkat signifikan hubungan antar variabel ditentukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 95%

Untuk mengetahui signifikansi peran variabel antara digunakan koefisien determinasi (R^2). Suatu variabel akan dinyatakan sebagai variabel antara jika

koefisien determinasi dari suatu variabel terhadap variabel antara tersebut lebih besar daripada nilai koefisien determinasi dari variabel termaksud ke variabel akhir. Yang diduga sebagai variabel antara di sini adalah variabel persepsi wartawan terhadap humas DPR RI (B), jadi jika R^2_{AB} lebih besar dari R^2_{AC} , dan R^2_{AB} lebih besar dari R^2_{BC} , maka variabel B merupakan variabel antara.

9. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas :

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya, dengan kata lain validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Santosa 2005:247). Metode penghitungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Correlation Product Moment Pearson* yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 11.5. Hasil dari r hitung nantinya akan dibandingkan dengan r tabel. Apabila r hitung lebih besar daripada r tabel (r hitung $>$ r tabel) maka data dinyatakan valid.

b. Reliabilitas :

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Masri Singarimbun 1994 : 140). Sedangkan Santosa berpendapat reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan (2005 : 251). Pada program SPSS, uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, di mana suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila α hitung yang diperoleh lebih besar dari α tabel yakni 0.05.