

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

*Media Relations* merupakan kegiatan yang dapat dilakukan seorang praktisi *public relations* bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal lembaga yaitu berupa media yang dapat mempermudah lembaga untuk menyebarkan informasi kepada publiknya. *Media relations* secara sederhana dapat diartikan menjalin hubungan baik dengan media. Media saat ini merupakan pemegang fungsi penting dalam hal menyebarkan informasi menjadikan alasan dasar untuk perlunya seorang praktisi *public relations* dalam menjalin hubungan baik dengan media. Media dalam hal ini dapat membantu dan mempermudah dalam menyebarkan informasi setiap kegiatan yang dilakukan oleh lembaga. Selain itu, hubungan baik dengan media juga sebagai investasi lembaga yang dapat berguna di kemudian hari.

Jurnal komunikasi yang berjudul *Media Relations di Media Massa* Vol. 09 No. 02 (2016:01) menjelaskan bahwa *media relations* merupakan salah satu cara sebagai pembuat citra yang baik. Kegiatan yang merujuk kepada bagaimana cara lembaga menggunakan media untuk mempengaruhi publiknya demi tercapai tujuan lembaga. Media juga biasanya digunakan oleh lembaga untuk membangun image dan memperkenalkan produk lembaga. Membangun hubungan baik antara divisi humas dengan media sebagai salah satu penggerak yang menegaskan bahwa keterkaitan antara praktisi *public relations* dengan wartawan yaitu saling

keterkaitan dan saling membutuhkan satu sama lain. Praktisi *public relations* membutuhkan media sebagai sarana menyebarkan informasi lembaga kepada publiknya, sedangkan media juga membutuhkan humas untuk mendapatkan informasi secara detail dan sebanyak-banyaknya untuk memenuhi kebutuhan informasi publik

Keterkaitan praktisi *public relations* dan wartawan itulah menjadi perhatian khusus dalam hal menjaga hubungan baik antara keduanya. Perencanaan dalam hal membangun hubungan baik dengan wartawan perlu disiapkan dengan matang agar memudahkan dalam pelaksanaannya. Cara membangun hubungan baik dengan wartawan yaitu dengan melalui pendekatan sistematis. Membina hubungan secara fungsional dan seorang humas harus selalu berusaha untuk membangun hubungan interpersonal dengan wartawan tersebut

Membangun hubungan interpersonal dengan wartawan merupakan salah satu tugas praktisi *public relations* yang bukan hanya dalam segi kelembagaan tetapi saling menghormati antar profesi. Hubungan yang baik dengan publik eksternal seperti wartawan merupakan sebuah keuntungan dalam hal proses publikasi. Pada dasarnya membangun hubungan baik dengan wartawan bukan berarti memanfaatkan wartawan tersebut sesuai dengan keinginan dari seorang praktisi *public relations* atau lembaga, tetapi harus memikirkan keuntungan bagi wartawan atas hubungan baik tersebut yang terjalin dalam kegiatan *media relations*

Media dan wartawan memiliki kemudahan dalam akses lembaga, namun saat ini *media visit* masih diperlukan oleh praktisi *public relations* dalam hal membangun hubungan baik dengan media. Konferensi pers dan *press release*

adalah salah satu kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh praktisi *public relations* dalam hal ini mempertemukan lembaga dengan media, namun pada saat ini hal tersebut dianggap tidak lagi efektif. Maka pada situasi tertentu lembaga dalam hal ini praktisi *public relations* membutuhkan kegiatan *media visit*

Salah satu strategi praktisi *public relations* secara tidak langsung dalam melaksanakan kegiatan *media relations* yaitu dengan melakukan kegiatan *media visit*. *Media visit* dapat disederhanakan sebagai aktivitas lembaga mengunjungi ke manajemen media. *Media visit* adalah aktivitas praktisi *public relations* dalam membangun hubungan baik dengan media dengan cara mengunjungi manajemen media. *Media visit* dapat dijadikan kesempatan yang baik oleh praktisi *public relations* untuk menjelaskan informasi lebih secara langsung apa yang tidak dapat oleh wartawan di bagian dalam lembaga yang diwakili oleh praktisi *public relations*. Tetapi tentu saja tidak semuanya ditampilkan praktisi *public relations* kepada wartawan. Ada beberapa hal yang menjadi privasi lembaga. Selain itu praktisi *public relations* tidak perlu melakukan kunjungan ke semua media. Lembaga dapat memilih media yang relevan dengan target sasaran.

*Media visit* merupakan inisiatif yang diberikan oleh praktisi *public relations* untuk membangun hubungan baik dengan media yang bertujuan untuk jangka pendek hingga jangka panjang. *Media visit* memiliki istilah lain yaitu *press visit* yang merujuk kepada aktivitas praktisi *public relations* dengan media. Melihat dari sudut pandang lembaga, *media visit* yaitu bertujuan untuk mempromosikan dan membangun hubungan baik dengan media khususnya wartawan. Oleh karena itu keberhasilan dari kegiatan *media visit* yaitu lembaga mendapatkan publikasi positif

terhadap hal yang sedang dipromosikan atau dapat meningkatkan hubungan antara praktisi *public relations* dengan wartawan. Sedangkan melihat dari sudut pandang media atau wartawan, kegiatan *media visit* membuat wartawan dapat lebih fokus terhadap hal menarik yang disampaikan oleh praktisi *public relations* seputar lembaga. Itu sebabnya kegiatan *media visit* bagian dari pekerjaan yang mengandung unsur hiburan, informasi dan juga interaksi antara manajemen lembaga dan manajemen media.

Kementerian Sekretariat Negara adalah Kementerian yang dipimpin oleh Menteri Sekretaris Negara dan berkedudukan di bawah serta bertanggung jawab langsung kepada Presiden dan Wakil Presiden. Sejak awal dibentuk hingga saat ini, tugas Kementerian Sekretariat Negara pada umumnya adalah memberikan dukungan teknis, administrasi dan analisis kepada Presiden dan Wakil Presiden dalam menyelenggarakan kekuasaan negara

Kemajuan teknologi dan era keterbukaan informasi saat ini, publik bisa mendapatkan informasi yang diinginkan lewat telepon genggam. Kemajuan dibidang teknologi saat ini harus dimanfaatkan oleh seorang praktisi Humas. Sebab Humas dalam lembaga pemerintah merupakan suatu keharusan dalam rangka tugas menyebarkan informasi tentang kebijakan, program dan kegiatan lembaga pemerintahan kepada masyarakat sehingga pada akhirnya hubungan sebuah lembaga dengan masyarakat dapat harmonis dan transparan serta mengikutsertakan masyarakat terkait kebijakan yang diambil oleh pemerintah

Humas Kementerian Sekretariat Negara menyadari pentingnya dalam hal membangun hubungan baik dengan media ini dilakukan agar menghilangkan citra

negatif tentang pemerintahan. Hal yang harus diperhatikan agar masyarakat menerima informasi yang baik dan benar, Kementerian Sekretariat Negara mulai berbenah dan melibatkan media massa dalam segala bentuk aktivitas. Banyak yang beranggapan bahwa media seringkali dimanfaatkan Kementerian Sekretariat Negara untuk memberitakan hal yang positif saja sehingga hal tersebut dapat menimbulkan sikap antisipasi media. Kini Humas Kementerian Sekretariat Negara tengah gencar mempublikasikan berbagai inovasi dan dampak yang ditimbulkan tersebut ialah semakin baiknya citra pemerintahan terutama Kementerian Sekretariat Negara

Kementerian Sekretariat Negara sebagai lembaga pemerintah tidak perlu lagi khawatir akan kurangnya respon media terhadap setiap kegiatan yang dilakukan oleh Humas Kementerian Sekretariat Negara karena media sangat membutuhkan informasi dari pemerintah. Hubungan secara alamiah antara Humas dengan media tetap perlu dijaga dengan baik yang dapat dilakukan secara informal maupun formal

Hasil data pra penelitian yang dilakukan peneliti menemukan bahwa Humas Kementerian Sekretariat Negara secara rutin melakukan kunjungan ke berbagai media. Salah satunya yaitu melakukan kunjungan ke Kantor Redaksi Suara Merdeka, Kota Semarang. Hal ini dilakukan untuk mengglorifikasikan berbagai inovasi yang telah dilakukan Kementerian Sekretariat Negara dan berbagai kinerja pemerintah yang telah dicapai. Kementerian Sekretariat Negara dalam hal ini diwakili oleh Asisten Deputi Hubungan Masyarakat dan jajarannya disambut baik oleh Wakil Pemimpin Redaksi Suara Merdeka dan Juga *Vice Manager Marcomm*

Suara Merdeka. Dalam sambutannya, Asisten Deputi Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara berharap *media mainstream* seperti Suara Merdeka dapat menjadi *clearing house of information* bagi masyarakat guna membantu pemerintah untuk mewujudkan *well informed society*. Pentingnya kegiatan *media relations* melalui kegiatan *media visit* tersebut sebagai upaya mempertahankan berita positif menjadikan dasar penelitian ini untuk menggali dan menjelaskan bagaimana pengelolaan *media relations* melalui kegiatan *media visit* Kementerian Sekretariat Negara ini dilakukan.

Peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian bagaimana pengelolaan dalam kegiatan *media relations* melalui *media visit* sehingga dapat terjalin kerjasama yang baik dengan pihak eksternal lembaga yaitu media. Perencanaan dan pengelolaan dalam kegiatan *media visit* perlu disiapkan dengan matang agar memudahkan dalam pelaksanaannya. Tentu di Indonesia terdapat banyak dugaan bahwa banyak para awak media yang menghadiri setiap kegiatan lembaga hanya ingin mendapatkan amplop yang sudah berisi uang tunai. Hal ini menjadi perhatian khusus peneliti bahwa untuk membangun hubungan baik dengan jajaran direksi media tidak perlu dengan cara suap kepada para awak media yang bertugas. Praktisi public relations perlu membangun hubungan baik dengan media dengan cara melakukan kunjungan ke kantor media atau yang lebih dikenal dengan *media visit*. Kegiatan tersebut dilakukan guna mendapatkan hubungan kerjasama yang baik dalam hal publikasi positif dan juga lembaga tidak perlu mengeluarkan anggaran khusus untuk memberikan uang suap kepada awak media. Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dan paradigma konstruktivistik. Hal ini

dilakukan atas dasar pencarian informasi secara mendalam terhadap proses bagaimana pengelolaan *media relations* melalui kegiatan *media visit* yang dilakukan oleh Humas Kementerian Sekretariat Negara

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dari itu fokus penelitian yang akan diangkat yaitu pengelolaan *media relations* melalui kegiatan *media visit* di Humas Kemementerian Sekretariat Negara

1. Bagaimana langkah-langkah Pendefinisian Masalah dalam Pengelolaan *Media Relations* melalui kegiatan *Media Visit* pada Humas Kementerian Sekretariat Negara?
2. Bagaimana Perencanaan dan Pemograman dalam Pengelolaan *Media Relations* melalui kegiatan *Media Visit* pada Humas Kementerian Sekretariat Negara?
3. Bagaimana Pelaksanaan dan pengkomunikasian dalam Pengelolaan *Media Relations* melalui kegiatan *Media Visit* pada Humas Kementerian Sekretariat Negara ?
4. Bagaimana Evaluasi dalam Pengelolaan *Media Relations* melalui kegiatan *Media Visit* pada Humas Kementerian Sekretariat Negara?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan menggambarkan dengan jelas pengelolaan *media relations* melalui kegiatan *media visit* di Humas Kementerian Sekretariat Negara serta mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam melaksanakan *media relations* tersebut

1. Untuk mengetahui langkah-langkah Pendefinisian Masalah dalam Pengelolaan *Media Relations* melalui kegiatan *Media Visit* pada Humas Kementerian Sekretariat Negara
2. Untuk mengetahui langkah-langkah Perencanaan dan Pemrograman dalam Pengelolaan *Media Relations* melalui kegiatan *Media Visit* pada Humas Kementerian Sekretariat Negara
3. Untuk mengetahui Pelaksanaan dan pengkomunikasian dalam Pengelolaan *Media Relations* melalui kegiatan *Media Visit* pada Humas Kementerian Sekretariat Negara
4. Untuk mengetahui Evaluasi dalam Pengelolaan *Media Relations* melalui kegiatan *Media Visit* pada Humas Kementerian Sekretariat Negara

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan kegunaan yang baik secara akademis maupun praktis yang diuraikan sebagai berikut:

##### **1.4.1 Secara akademis**

Penelitian ini dapat memberikan pemikiran serta ide yang memahami dalam kajian kehumasan tentang *media relations* khususnya *media visit*

##### **1.4.2 Secara praktis**

Penelitian ini berfungsi dan berguna untuk merancang pengelolaan *media relations* melalui *media visit* sesuai dengan kepentingan organisasi maupun instansi

#### **1.5 Landasan Pemikiran**

##### **1.5.1 Hasil penelitian sebelumnya**

Sebuah penelitian kajian literatur merupakan proses penelitian terdahulu atau penelitian sejenis yang dianggap relevan dalam penelitian yang akan dilaksanakan



dengan cara mengumpulkan beberapa penelitian sebelumnya. Tujuan dari kajian literatur ini yaitu untuk menjadi bahan penelitian bagi penelitian akan dilaksanakan.

Kajian literatur dilakukan untuk melihat adanya kesamaan dan perbedaan dari setiap penelitian baik dari penelitian sebelumnya maupun penelitian akan diteliti. Kesamaan dan perbedaan itu dapat menjadi suatu keaslian dalam sebuah penelitian. Terdapat kesamaan dalam sebuah penelitian merupakan suatu hal yang wajar karena penelitian tersebut dapat disinergikan dan dapat melengkapi satu sama lainnya

Pertama penelitian dilakukan oleh Oscar Prima Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2009 yang berjudul Kegiatan *Media Relations* dalam membangun citra positif pada Sub Bagian Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan Metode penelitian yang digunakan yaitu Pendekatan Kualitatif metodee Deskriptif

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan *media relations* di Sub Bagian Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung yaitu sebagai sarana upaya membangun citra yaitu dengan adanya kegiatan publisitas melalui media massa. Dengan demikian selain dari pihak media massa mendapatkan informasi secara lengkap dan jelas, dari pihak UIN Sunan Gunung Djati Bandung pun dapat mengantisipasi berita negatif yang terjadi di masyarakat seputar kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Penelitian ini memberikan pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan dalam hal peran Humas menjalankan kegiatan *media relations*. Perbedaan penelitian ini dengan penlitian yang akan dlaksanakan yaitu fokus

penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada pengelolaan *media relations* melalui kegiatan *media visit* dan objek penelitian ini yaitu Sub Bagian Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI

Kedua, penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Irmam Program Studi Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2013 dengan skripsi yang berjudul Strategi Media Relations bagian Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam Upaya mempertahankan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pendekatan Kualitatif dengan metode Deskriptif.

Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Humas harus mempunyai berbagai macam strategi untuk menyelesaikan masalah dalam rangka mempertahankan citra positif. Strategi untuk memperthankan citra positif tersebut membutuhkan berbagai macam tahapan. Dalam penelitian ini Humas Pemerintah Kabupaten Bandung melakukan perencanaan menganalisis lingkungan internal dan juga perencanaan eksternal.

Hubungan interpersonal antara Humas Pemerintah Kabupaten Bandung dengan media saling keterbukaan dii untuk dan saling memperlihatkan aspek profesional. Implementasi Humas Pemerintah Kabupaten Bandung yaitu dengan mengadakan konferensi pers, mengirim press release, jumpa pers dan juga melakukan pengembangan strategi dan jaringan.

Penelitian ini memberikan pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan dalam hal peran Humas menjalankan kegiatan *media relations*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu fokus penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada implementasi *media relations* melalui kegiatan *media visit* dan objek penelitian ini yaitu Humas Pemerintah Kabupaten Bandung Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI

Ketiga, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Indawadi Tamin Universitas Esa Unggul 2010, jurnal yang berjudul Pendekatan Informal PT. Indosat, Tbk dalam membangun hubungan. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus.

Hasil dari penelitian tersebut terdapat hubungan yang baik antara *Public Relations* PT. Indosat, Tbk dengan wartawan dengan melalui pendekatan informal secara profesional. Pendekatan kepada wartawan merupakan wujud dari kegiatan *media relations*. Pendekatan komunikasi terbagi menjadi tiga yaitu Komunikasi Kelompok, Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Organisasi

Penelitian ini memberikan pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan dalam hal peran Humas menjalankan kegiatan *media relations*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu fokus penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada implementasi *media relations* melalui kegiatan *media visit* dan objek penelitian ini yaitu Public Relations PT. Indosat, Tbk Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Farida Siti Universitas Muhammadiyah Surakarta 2016 Jurnal Strategi *Media Relations* PT.

Telekomunikasi Indonesia, Tbk dalam meningkatkan citra perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Pendekatan Kualitatif dengan metode deskriptif.

Hasil penelitian ini yaitu strategi media relations oleh Humas PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dengan membangun pendekatan informal dengan wartawan dan memberikan beberapa fasilitas dalam melakukan pertemuan.

Penelitian ini memberikan pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan dalam hal peran Humas menjalankan kegiatan *media relations*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu fokus penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada implementasi *media relations* melalui kegiatan *media visit* dan objek penelitian ini yaitu Humas PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Najih, Universitas Ahmad Dahlan 2014 dengan jurnal yang berjudul Teman Tapi Mesra antara Humas dan Wartawan. Penelitian ini menggunakan Pendekatan Kualitatif dengan Metode Studi Kasus.

Hasil dari penelitian ini yaitu Strategi Humas Universitas Ahmad Dahlan dalam melakukan kegiatan *media relations* yaitu dengan rutin mengadakan jumpa pers, mengirim *press release* dan dosen membuat kerja sama dalam bentuk forum Humas Universitas Ahmad Dahlan

Penelitian ini memberikan pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan dalam hal peran Humas menjalankan kegiatan *media relations*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu fokus penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada implementasi *media relations* melalui kegiatan *media visit* dan objek penelitian ini yaitu Humas Universitas Ahmad Dahlan Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI.

**Table 1.1 Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Relevansi dengan Penelitian yang akan diteliti</b>	<b>Perbedaan dengan Penelitian yang akan diteliti</b>
Oscar Prima	Kegiatan <i>Media Relations</i> dalam Membangun Citra Positif pada Sub Bagian Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Pendekatan Kualitatif metode Deskriptif	Hasil dari kegiatan <i>media relations</i> di Sub Bagian Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung yaitu sebagai sarana upaya membangun citra yaitu dengan adanya kegiatan publisitas melalui media massa	Penelitian ini memberikan pemikiran positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan yaitu peran Humas dalam hal kegiatan <i>media relations</i>	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu fokus penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada implementasi <i>media relations</i> melalui kegiatan <i>media visit</i> dan objek penelitian ini yaitu Sub Bagian Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian

					Sekretariat Negara RI
Irmam Sunjaya	Strategi <i>Media Relations</i> bagian Humas sebagai upaya mempertahankan citra positif Pemerintah Kabupaten Bandung	Pendekatan Kualitatif Metode Analisis Deskriptif	Strategi untuk mempertahankan citra positif membutuhkan beberapa tahapan seperti perencanaan, pemograman, pengambilan tindakan dan evaluasi	Penelitian ini memberikan pemikiran positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan yaitu peran Humas dalam hal kegiatan <i>media relations</i>	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu fokus penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada implementasi <i>media relations</i> melalui kegiatan <i>media visit</i> dan objek penelitian ini yaitu Humas Kabupaten Bandung Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI
Indrawadi Tamin dan Meilady	Pendekatan Informal <i>Media Relations</i> PT. Indosat, Tbk dalam Membangun Hubungan	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Studi Kasus	Strategi <i>media relations</i> Humas PT. Indosat, Tbk melakukan pendekatan informal dengan beberapa wartawan melalui tiga	Penelitian ini memberikan pemikiran positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan yaitu peran Humas dalam hal kegiatan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu fokus penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada implementasi <i>media relations</i> melalui

			komunikasi yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi antar organisasi	<i>media relations</i>	kegiatan <i>media visit</i> dan objek penelitian ini yaitu Humas PT. Indosat, Tbk Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI
Farida Siti	Strategi <i>Media Relations</i> PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk meningkatkan Citra perusahaan	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Deskriptif	Strategi Humas dalam menjalankan <i>media relations</i> yang dilakukan oleh Humas PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yaitu dengan memberikan informasi dan membangun komunikasi dengan berbagai wartawan dan memberikan fasilitas dalam sebuah pertemuan	Penelitian ini memberikan pemikiran positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan yaitu peran Humas dalam hal kegiatan <i>media relations</i>	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu fokus penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada implementasi <i>media relations</i> melalui kegiatan <i>media visit</i> dan objek penelitian ini yaitu Humas PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI

			dengan media		
Muhammad Najih	Teman Tapi Mesra antara Humas dan Wartawan	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Deskriptif	Strategi Humas Universitas Ahmad Dahlan dalam membangun hubungan baik dengan media dengan cara membuat press release dan jumpa pers	Penelitian ini memberikan pemikiran positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan yaitu peran Humas dalam hal kegiatan <i>media relations</i>	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu fokus penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada implementasi <i>media relations</i> melalui kegiatan <i>media visit</i> dan objek penelitian ini yaitu Humas Universitas Ahmad Dahlan Sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI

Sumber: Tabel Hasil Olahan Peneliti

### 1.5.2 Landasan konseptual

#### 1. *Four Step Public Relations*

Humas dalam sebuah organisasi saat ini telah bergerak ke arah yang lebih dinamis yaitu tidak lagi sebagai pembentuk citra semata, melainkan menjadi sebuah bagian yang cukup penting di dalam sebuah fungsi manajemen. Pendapat tersebut diperkuat dengan definisi *public relations* yang dikemukakan oleh Scoot M. Cutlip. Allen H. Centre dan Glen M. Broom dalam bukunya yang berjudul *Effective Public*



*Relations*. Di dalam bukunya ia mengatakan bahwa Humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan program dan kebijakan demi mendapatkan dukungan dari publik.

Definisi Humas yang dikemukakan oleh Scoot M. Cutlip, Allen H. Centre dan Glen M. Broom memang memperlihatkan kerja Humas bukan hanya sebagai tenaga pembentuk citra untuk organisasi, tetapi lebih dari itu untuk mendapatkan dukungan dari publik. Keberadaan Humas memang tidak dapat dihindari posisinya yang berada diantara publik internal dan eksternal. Maka dari itu Humas dituntut untuk membangun hubungan yang harmonis baik dengan publik internal maupun eksternal organisasi. Dimana untuk menjalin hubungan dengan publik internal, di dalam kajian kehumasan terdapat istilah *Internal Relations* yang pada kegiatannya ditujukan kepada publik internal organisasi yakni orang-orang yang terlibat langsung didalam organisasi seperti karyawan, pemegang saham hingga eksekutif puncak. Sementara aktivitas atau seluruh kegiatannya yang ditujukan ke publik eksternal dikenal dengan *external relations* seperti kalangan pers, pemerintahan hingga masyarakat yang tidak terlibat langsung dengan proses kegiatan organisasi.

Terdapat 4 tahapan dalam kegiatan yang pada umumnya dilakukan oleh Humas yakni *Fact Finding Research, Planning and Programing, Action and Communication* dan *Evaluation*

Terdapat 4 tahapan dalam kegiatan yang pada umumnya dilakukan oleh Humas yakni *Fact Finding Research, Planning and Programing, Action and Communicating* dan *Evaluation*

### *1. Fact Finding Research*

Tahap awal yang dilakukan oleh Humas yaitu mencari fakta dan opini-opini yang terjadi dilapangan, serta sikap dan reaksi terhadap program dan kebijakan organisasi. Setelah data dan fakta telah ditemukan, langkah selanjutnya yaitu mengevaluasi untuk dijadikan pedoman atau tindakan selanjutnya. Pada tahapan ini seorang Humas dituntut kepekaan dalam mendengarkan dan menemukan fakta yang berkaitan dengan kepentingan organisasi. Tahap ini juga bisa dinamakan sebagai tahapan menganalisis situasi.

### *2. Planning and Programing*

Pada tahap ini Humas berusaha merencanakan dan mengambil keputusan segala sesuatu yang berkaitan dengan kebijakan dan penetapan program kerja organisasi yang sesuai dengan kepentingan publik. Pada tahap ini juga sebagai langkah perencanaan program kerja dan strategi Humas

### *3. Taking Action and Communicating*

Pada tahap ini seorang Humas membutuhkan strategi dan perencanaan yang matang dan dikuatkan dengan fakta yang ditemukan. Sehingga tercipta pesan yang efektif dalam menggiring opini publik yang dianggap berkaitan dan sejalan dengan kepentingan organisasi

### *4. Evaluations Program*

Tahap akhir yang pada umumnya dilakukan oleh Humas yaitu mengevaluasi terhadap hasil dari mencari riset awal hingga kepada perencana program. Pada tahap ini juga bisa dikatakan sebagai bentuk penafsiran hasil kinerja. Tahap-tahapan diatas merupakan tahapan yang sangat penting untuk dijalankan saling berkaitan

satu sama lain. Apabila terjadi kendala dalam pelaksanaannya, maka diduga bahwa hasil kegiatan, pelaksanaan program kerja hingga hasil penilaiannya yang tidak signifikan untuk diambil keputusan secara tepat dan benar

## **2. Media Relations**

*Media relations* adalah salah satu strategi yang dapat dijalankan oleh Humas di dalam sebuah organisasi. Beberapa definisi *media relations* sudah dikemukakan oleh para ahli seperti Babara Averill, Frank Jefskin dan Philip Lesley. Frank Jefskin yang menyatakan bahwa *media relations* adalah sebuah usaha yang dilakukan oleh seorang Humas untuk mencapai publikasi yang maksimal atas pesan dan informasi yang disampaikan dalam rangka menciptakan pemahaman bagi masyarakat dari organisasi yang bersangkutan. Sedangkan definisi *media relations* menurut Barbara Averill yang menyatakan bahwa *media relations* yaitu sebuah aktivitas yang dilakukan oleh Humas dan itu menjadi sebuah perangkat yang penting dan efisien. Dari beberapa definisi *media relations* dapat ditarik kesimpulan bahwa sebuah organisasi perlu menggunakan media massa untuk menyampaikan pesan dan informasi yang bersangkutan dengan program dan kebijakan organisasi sekaligus sebagai pembentuk citra positif kepada masyarakat. Tujuan melakukan kegiatan *media relations* bagi Humas tidak hanya untuk menyampaikan informasi, melainkan dengan kegiatan *media relations* diharapkan terciptanya citra positif bagi perusahaan yang diwakili Humas

### **a). Sasaran Media Relations**

1. Memperoleh publisitas seluas-luasnya terkait program dan kebijakan organisasi yang diketahui oleh masyarakat

2. Memperoleh tempat dalam pemberitaan pers yang pada akhirnya dapat menguntungkan organisasi

**b). Bentuk *Media Relations***

Berikut merupakan bentuk-bentuk kegiatan *media relations* antara lain:

1. Konferensi Pers

Bentuk kegiatan konferensi pers yaitu pertemuan antara perwakilan organisasi dengan cara mengundang media dalam hal ini wartawan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi seputar organisasi. Adapun pesan yang disampaikan Humas dalam konferensi pers yaitu klarifikasi permasalahan organisasi, berita terkini seputar organisasi, maupun seputar produk atau jasa terbaru organisasi. Konferensi pers biasanya dilakukan ketika sebelum dan sesudah terjadinya peristiwa yang penting dilakukan oleh Humas. Humas harus mampu membuat konferensi pers yang baik dengan memperhatikan beberapa hal berikut

1. Humas harus mampu membuat para awak media merasa nyaman seperti menyediakan tempat yang layak dan sebelumnya sudah diatur oleh Humas dan usahakan setiap perkataan yang diberikan kepada awak media dapat didengar dengan jelas dan mudah dimengerti. Akan lebih baik jika para awak media diberikan fasilitas lebih dalam hal kenyamanan seperti disediakan meja tempat untuk para awak media dan jangan memberikan pertanyaan yang membingungkan
2. Pada saat konferensi pers Humas tidak perlu membuat aturan untuk mematikan alat komunikasi. Karena setiap awak media membutuhkan alat komunikasi untuk memperbaharui informasi yang ia dapat

3. Para awak media akan lebih terasa dilayani ketika disediakan makanan ringan dan minuman
  4. Setiap perwakilan lembaga harus tetap berada di tempat konferensi pers untuk menantisipasi para awak media yang membutuhkan informasi dan keterangan lebih lanjut atau wawancara khusus mengenai hasil dari konferensi pers
  5. Humas harus memberikan kebebasan para awak media untuk mengambil foto atau video saat konferensi pers. Humas juga harus mengkondisikan tempat untuk kemudahan para awak media mengambil foto atau video
2. *Press Tour* atau Perjalanan Media adalah serangkaian kegiatan Humas yang diselenggarakan oleh organisasi dengan mengundang para awak media untuk memperkenalkan program kerja, produk atau jasa terbaru dari perusahaan secara menyeluruh. Dalam kegiatan ini para awak media melihat atau mendengar penjelasan secara langsung mengenai apa saja yang sebelumnya mereka lihat dan dengar
3. *Press Gathering* yaitu sebuah kegiatan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih intensif antara lembaga dengan media. Kegiatan ini pada umumnya disuguhkan dengan jamuan makanan atau minuman seperti minum teh atau kopi bersama. Tujuan utama dari pertemuan ini yaitu untuk mengenal lebih jauh para awak media baik secara personal dalam pekerjaan maupun dalam kehidupan pribadi para awak media. *Press Gathering* biasanya dilakukan pada saat hari-hari besar seperti lebaran dan natal
4. *Press Release* yaitu interaksi antara organisasi dengan media yang berupa tulisan atau hasil karya organisasi. Pemberitaan yang akan dimuat di media massa bukan

hasil dari para awak media, tetapi media hanya melakukan *editing* seperlunya saja sesuai dengan kebijakan pimpinan redaksi. Dalam kegiatan ini sangat dibutuhkan keahlian dalam menulis sesuai dengan kaidah jurnalistik dan Bahasa Indonesia

5. *Special Event* yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan perhatian para awak media dan klien produk dari perusahaan. Pada umumnya, organisasi yang menyelenggarakan kegiatan khusus ini membutuhkan peliputan dari para awak media yang bertujuan sebagai bentuk *corporate entertaining* dan akan mendapatkan keuntungan dari pihak perusahaan suatu saat nanti. Adapun tujuan lain dari kegiatan *special event* yaitu membangun hubungan baik dengan publik khususnya publik eksternal organisasi

6. *Media visit* Menurut (Iswandi Syahputra, 2019:126) dalam buku *Media Relations : Teori, Strategi, Praktik dan Media Intelijen*, menjelaskan bahwa *Media visit* adalah aktivitas praktisi public relations dalam membangun hubungan baik dengan media dengan cara mengunjungi manajemen media. *Media visit* dapat dijadikan kesempatan yang baik oleh praktisi *public relations* untuk menjelaskan informasi lebih secara langsung apa yang tidak di dapat oleh wartawan di bagian dalam lembaga yang diwakili oleh praktisi *public relations*. Tetapi tentu saja tidak semuanya ditampilkan praktisi *public relations* kepada wartawan. Ada beberapa hal yang menjadi privasi lembaga. Selain itu praktisi *public relations* tidak perlu melakukan kunjungan ke semua media. Lembaga dapat memilih media yang relevan dengan target sasaran.

## **1.6 Langkah-langkah penelitian**

### **1.6.1 Lokasi penelitian**

Penelitian dilakukan di Kementerian Sekretariat Negara RI di Jl. Veteran Nomor 17-18 Jakarta Pusat. Peneliti melakukan penelitian di lokasi tersebut karena tempat ini merupakan kantor pusat dari Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan penelitian**

#### **1. Paradigma**

Paradigma Penelitian adalah kerangka berpikir yang memberikan penjelasan tentang tata cara penglihatan meneliti terhadap fakta-fakta di dalam kehidupan sosial. Paradigma penelitian juga memberikan perlakuan Peneliti terhadap ilmu dan teori. Paradigma penelitian juga memberikan penelitan tentang bagaimana cara memahami suatu masalah, dan juga kriteria pengujian sebagai untuk menjawab pertanyaan penelitian

Penelitian pendidikan metode dan paradigma baru yang menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme yaitu berpandangan bahwa pengetahuan bukan berasal dari pengalaman atau sesuatu yang alami tetapi paradigma konstruktivisme yaitu merupakan hasil pembentukan dari pemikiran subjek yang diteliti oleh peneliti. Fase pengenalan manusia terhadap realitas sosial yaitu berpusat pada subjek dan bukan hanya pada objek, Hal ini membuktikan bahwa ilmu berasal dari pengetahuan dan bukan berasal dari pengalaman dan juga merupakan hasil dari pemikiran

## **2. Pendekatan**

Pendekatan Interpretive berawal dari upaya peneliti untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial dan budaya yang didasari kepada perspektif dan pengalaman seseorang atau lembaga yang akan diteliti. Pada umumnya pendekatan interpretive adalah sebuah sistem sosial yang memberikan makna kepada perilaku secara langsung dan mengobservasinya. Pendekatan interpretive melihat sebuah fakta sebagai sesuatu yang unik, memiliki konteks yang berbeda dan makna khusus sebagai tujuan untuk memahami makna sosial. Pendekatan interpretive melihat peristiwa fakta sebagai hal cair dan tidak bersifat kaku. Pernyataan dan perilaku dapat memiliki banyak makna dan dapat diartikan dengan berbagai cara

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu bersifat deskriptif yang berarti penelitian ini bertujuan menjelaskan suatu keadaan objek yang sedang diteliti sesuai dengan keadaan yang terjadi di lapangan ketika peneliti melakukan penelitian. Fenomena yang ingin dideskripsikan oleh peneliti yaitu mengenai pengelolaan *media relations* melalui kegiatan *Media Visit* di Humas Kementerian Sekretariat Negara. Sifat data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu data kualitatif yang berarti diungkapkan dalam bentuk kalimat dan menjelaskan fenomena tersebut

### **1.6.4 Jenis data dan sumber data**

#### **1). Jenis data**

Berdasarkan pendekatan deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini, dapat digunakan jenis data yaitu jenis data kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk verbal atau lisan dan tulisan bukan berbentuk angka



data kualitatif diperoleh menggunakan teknik analisis yang mendalam dan data kualitatif tidak dapat diperoleh secara langsung. Dengan itu data kualitatif diperoleh dengan cara wawancara, observasi dan diskusi atau juga dengan pengamatan

## **2). Sumber data**

Buku yang bersumber dari Ari Kuncoro yang berjudul Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek yang menjelaskan bahwa Sumber data adalah asal muasal data atau subjek yang diperoleh. Sumber data kualitatif lebih kepada memahami terhadap fenomena yang sedang terjadi dan juga penelitian bersifat masyarakat sebagai subjeknya

Penelitian kualitatif semua penelitian dilakukan secara sadar, dan juga terarah yang bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan dalam penelitian. Berbagai sumber data yang diperoleh oleh peneliti yaitu sebagai berikut

### **a) Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber data.

Data primer yang diperoleh oleh peneliti Dalam penelitian ini yaitu:

1. Informasi dari Asisten Deputi Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara
2. Informasi dari Kepala bagian Pengelolaan Informasi Publik Kementerian Sekretariat Negara
3. Informasi dari Kepala bagian Media dan Monitoring
4. Informasi dari Media Pers Kepresidenan

5. Tempat berlangsungnya kegiatan media relations melalui press tour yang bertempat di Kantor Kementerian Sekretariat Negara

**b) Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan langsung dari sumbernya dalam penelitian data sekunder yang dipakai oleh peneliti yaitu berupa buku koran website majalah dan dokumen dari Tempat penelitian

**1.6.5 Penentuan informan dan unit penelitian**

Penelitian kualitatif penentuan informan ditentukan dengan mempertimbangkan aspek-aspek tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Informan yang dimaksud yaitu pegawai Kementerian Sekretariat Negara, dimulai dengan kepala Asisten Deputi Hubungan Masyarakat, kepala bagian pengelolaan Informasi Publik sampai media pers kepresidenan

Unit penelitian yaitu sesuatu yang berkaitan dengan fokus yang sedang diteliti oleh peneliti unit penelitian dapat berupa apa organisasi kelompok-kelompok dan waktu sesuai dengan fokus permasalahan yang sedang diteliti.

Berdasarkan penjelasan pengertian diatas maka peneliti melakukan unit penelitian di sebuah instansi pemerintahan yaitu Kementerian Sekretariat Negara dengan alasan yaitu ingin mengetahui hubungan baik antara humas dan lembaga dengan pihak eksternal yaitu media atau wartawan

**1.6.6 Teknik pengumpulan data**

Buku yang berjudul metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D yang menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data yaitu suatu cara di dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah data. Teknik pengumpulan data yang

dipilih oleh peneliti yaitu teknik observasi wawancara dan dokumentasi. Berikut adalah teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data

### **1. Observasi**

Observasi merupakan pengamatan terhadap unsur-unsur yang terlihat dalam suatu gejala di dalam objek penelitian. Teknik observasi yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik observasi partisipatori pasif. Teknik observasi partisipatori pasif yaitu teknik penelitian yang dimana peneliti mengamati tetapi tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang dilakukan. Adanya teknik observasi partisipatori pasif memberikan peneliti mengetahui lebih tentang *media visit* sebagai upaya humas dalam mempertahankan Citra positif Kementerian Sekretariat Negara

### **2. Wawancara**

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yang berupa tanya jawab dalam suatu penemuan masalah yang harus diteliti oleh peneliti. Yang dilakukan oleh peneliti yaitu memperdalam objek penelitian dengan cara tanya jawab dengan sumber data. Wawancara yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu cara dengan proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab dan bertatap muka antara peneliti dengan orang yang diwawancarai

Wawancara ini dilakukan pada orang-orang yang terkait didalam penelitian seperti Asisten Deputi Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara, Kepala bagian Pengelolaan Informasi Publik Kementerian Sekretariat Negara dan Kepala bagian Media dan Monitoring Kementerian Sekretariat Negara. Menggunakan metode wawancara yaitu salah satu cara untuk memperkuat dan memperjelas data yang sedang diteliti.

### **1.6.7 Teknik Keabsahan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi merupakan data yang telah didapat dari responden sebelumnya dan di tanya kembali kepada responden lainnya untuk menyesuaikan keabsahan data-data yang telah terkumpul

### **1.6.8 Teknik Analisis Data**

Upaya yang dapat dilakukan untuk mencari data berlangsung yaitu dengan analisis data kualitatif, yang bertujuan untuk menemukan data apa yang penting, perlu dipelajari dan memutuskan apa saja yang dapat diceritakan kepada orang lain. Proses analisis data kualitatif memerlukan waktu yang cukup lama sampai peneliti merasa puas dengan data yang telah terkumpul, dan pada akhirnya ditemukan kesimpulan pada penelitian yang sedang diteliti. Di dalam penelitian ini dapat digunakan teknik analisis data yang berarti memaparkan langkah-langkah berikut:

#### **1. Reduksi data**

Reduksi data adalah suatu proses menganalisa, merangkum hal pokok yang yang ditemukan didalam penelitian. Proses reduksi data memudahkan peneliti untuk menemukan data-data yang penting yang akan digunakan selama penelitian karena data reduksi adalah data yang sudah jelas memberikan gambaran secara lengkap di lapangan dan dapat mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan selanjutnya. Reduksi data perlu dilakukan secara terus menerus selama proses penelitian dilakukan, yang bermula kepada luasnya wawasan peneliti dan bisa juga diskusi dengan seorang yang dianggap memiliki pengetahuan lebih. Data yang diperoleh dari hasil wawancara itu kemudian di analisa dengan melalui tahap

penajaman informasi, penggolongan data berdasarkan kelompoknya dan membuang data yang tidak diperlukan

## 2. Penyajian data

Penyajian data adalah suatu proses lanjutan dari reduksi data, yang dimana peneliti melakukan penyusunan data yang berupa uraian singkat, korelasi antar kategori dan lainnya berdasarkan data yang diperoleh sebelumnya. Penyusunan data ini dapat dilakukan dengan cara menganalisis hasilnya yang akan memudahkan untuk memahami apa saja yang terjadi sesuai dengan data yang telah ditemukan peneliti

### 1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

**Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian**

No	Nama Kegiatan	Februari (2020)	Maret (2020)	April (2020)	Mei (2020)	Juni (2020)	Juli (2020)	Agustus (2020)
1.	<b>Tahapan pertama : Observasi lapangan dan pengumpulan data</b>							
	Pengumpulan Data Proposal dan Penelitian							
	Penyusunan Proposal Penelitian							
	Bimbingan Proposal Penelitian							
	Revisi Proposal Penelitian							

<b>2.</b>	<b>Tahap Kedua: Usulan Penelitian</b>							
	Sidang Usulan Penelitian							
	Revisi Usulan Penelitian							
<b>3.</b>	<b>Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi</b>							
	Pelaksanaan Penelitian							
	Melakukan Wawancara secara mendalam							
	Analisis Pengolahan Data							
	Penulisan Laporan							
	Bimbingan Skripsi							
<b>4.</b>	<b>Tahap Keempat: Sidang Skripsi</b>							
	Sidang Skripsi							

**Sumber: Tabel hasil Olahan Peneliti**