

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Aktivitas *media relations* merupakan fungsi penting bagi praktisi humas untuk membangun hubungan antara lembaga dengan publik *eksternal*. *Media Relations* merupakan strategi komunikasi untuk membangun, mempertahankan dan menjalin hubungan baik dengan pers demi meningkatkan reputasi yang baik serta menumbuhkan rasa kepercayaan sehingga menciptakan pemahaman dan persamaan saat menyampaikan informasi. Karenanya, diperlukan kegiatan komunikasi yang berkesinambungan dan terencana antara praktisi *Public Relations* dengan rekan wartawan agar hubungan antara lembaga dan publiknya bisa terus terjaga. Praktisi *Public Relations* dalam semua pekerjaan atau programnya selalu beriringan dengan media. Keduanya saling mempengaruhi dan berkaitan satu sama lain.

Era teknologi dan keterbukaan informasi yang bergerak pesat menjadikan tantangan tersendiri bagi praktisi humas. Perkembangan teknologi dan keterbukaan informasi yang terus maju menjadikan publik mendorong haknya untuk mendapatkan informasi. Media telah menjadi sarana bagi seorang praktisi *Public Relations* dalam publisitas guna menyajikan informasi kepada khalayak secara maksimal. Nurudin (dalam Nasril 2018: 380) mengatakan bahwa *media relations* merupakan sebuah kewajiban bagi praktisi *Public Relations* mengingat manfaatnya

yang membawa efek positif seperti meningkatnya citra perusahaan. Tandanya, begitu esensialnya fungsi pers dalam menyebarkan informasi sekaligus mempengaruhi persepsi masyarakat. Menjalin hubungan dengan *media* atau pers sangatlah krusial bagi sebuah lembaga karena pers mempunyai kekuatan dalam pembentukan opini publik. Farleni dan Widayatmoko dalam (Karsten dan Paramita 2019: 474) mengungkapkan bahwa *media relations* adalah salah satu fungsi humas yang memiliki pengertian membina hubungan baik dan kerjasama serta memiliki sifat saling menguntungkan. Melalui kegiatan *media relations* seorang praktisi humas dan jurnalis saling mempengaruhi dan saling menguntungkan satu sama lainnya (simbiosis mutualisme), karena dalam *media relations* seorang praktisi humas dimudahkan untuk memberikan berita kepada publik, dan sumber bahan berita yang diperlukan oleh jurnalis pun dapat terpenuhi.

Humas Pemerintah Kota Bandung, khususnya Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Bandung memosisikan diri sebagai gerbang akan informasi untuk masyarakat ataupun pers. Salah satu peran praktisi *Public Relations* yakni melakukan strategi dengan menjalin hubungan intensif kepada para jurnalis. Hubungan yang baik dengan para jurnalis atau wartawan yang diselenggarakan oleh *Public Relations* yaitu *media relations*.

Berdasarkan pra observasi selama melakukan kegiatan *job training* di Humas Pemkot Bandung, peneliti mencermati bahwa program Bandung Menjawab sebagai sarana penghubung yang dapat mempertemukan rekan wartawan dengan narasumber dari pemerintahan. Program Bandung Menjawab juga memfasilitasi pihak media untuk mendapatkan informasi yang akurat. Adanya program Bandung

menjawab mendukung fungsi media, selain itu Humas Pemkot Bandung dapat menyampaikan informasi dengan cepat dan luas. Hal ini tentu berdampak pada hubungan yang harmonis antara rekan media dengan Humas Pemkot Bandung.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari *website* resmi Humas Pemerintah Kota Bandung dengan domain (<http://office.humas.bandung.go.id>), Humas Pemerintah Kota Bandung mengadakan program Bandung Menjawab yang berbentuk jumpa pers bersama para jurnalis dengan membawa SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) sebagai narasumber yang dilakukan seminggu dua kali tepatnya setiap hari Selasa dan Kamis. Program Bandung Menjawab merupakan cara yang ditempuh Humas Pemerintah Kota Bandung untuk meraih tujuan lembaga yaitu dengan memberikan informasi yang valid untuk mengatasi keluhan kesah dan unek-unek warga Kota Bandung mengenai permasalahan yang terjadi di Kota Bandung kepada pihak media secara transparan sehingga bisa meminimalisir keluhan dari masyarakat Kota Bandung.

Pemberitaan mengenai penghargaan yang dicapai oleh Humas Pemerintah Kota Bandung juga dipublikasikan di *website* resmi Humas Pemkot Bandung, (<https://humas.bandung.go.id/foto/pemkot-bandung-raih-7-penghargaan-piala-humas-jabar>) seperti penghargaan Piala Humas Jabar 2019 pada acara yang dilaksanakan di Trans Luxury Hotel yang meraih tujuh *awards* sekaligus diantaranya Peringkat Pertama Pengumuman Informasi Publik Berkala, Peringkat Pertama Kelengkapan Pembentukan dan Dukungan PPID, Peringkat Pertama Monitoring dan Evaluasi Transparansi, Partisipasi, dan Akuntabilitas Badan Publik Kategori Pengelolaan Pengaduan Pemerintah Kota dan Kabupaten, Penghargaan

Inovasi PPID melalui Kegiatan *e-Money*, Peringkat Kedua Pengelolaan Media Sosial Tingkat Kota dan Kabupaten, serta Peringkat Ketiga Monitoring dan Evaluasi Transparansi, Partisipasi, dan Akuntabilitas Badan Publik Kategori Keterbukaan Informasi Pemerintah Kota dan Kabupaten.

Pemberitaan positif lainnya didapat dari media online seperti JabarEkspres.com. Mengutip dari *media online* JabarEkspres.com, (<https://jabarekspres.com/2019/humas-sabet-lima-penghargaan-pria-2019/>),

Program Bandung Menjawab meraih penghargaan *silver winner* pada Public Relations Indonesia Awards (PRIA) tahun 2019 karena program Bandung Menjawab dapat memonitoring permasalahan yang terjadi sekaligus mengevaluasi berbagai program dan kebijakan yang dibuat pemerintah, selain itu program Bandung menjawab bisa dijadikan kegiatan pendekatan Humas dengan media supaya tidak adanya batasan komunikasi dalam keterbukaan informasi terhadap pers sehingga dapat menimbulkan sinergitas dan hubungan yang harmonis antara *Public Relations Officer* dan jurnalis.

Berdasarkan dari hasil temuan peneliti diatas dapat dilihat bahwa sebuah *awards* dan pemberitaan positif tentunya tidak lepas dari peran dan fungsi pers terkait penyebaran informasi, prestasi, inovasi dan sinergitas antara Humas Pemerintah Kota Bandung dengan para awak media dalam menjalin *media relations* yang baik salah satunya melalui Program Bandung Menjawab yang dilakukan secara kontinuitas demi keterbukaan informasi terhadap media. Dapat dilihat dari beberapa penghargaan yang diraih menandakan bahwa program

Bandung Menjawab bisa dijadikan wadah untuk para wartawan berjumpa dan membawa efek positif bagi reputasi Pemerintah Kota Bandung.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut peneliti tertarik ingin meneliti mengenai “Strategi *Media Relations* Humas Pemkot Bandung dalam Membangun Hubungan dengan Pers melalui Program Bandung Menjawab” menggunakan paradigma konstruktivisme dan penelitian kualitatif karena peneliti melaksanakan penelitian langsung dengan intensif, mendalam dan rinci pada sebuah lembaga pemerintah. Peneliti menggunakan analisis deskriptif karena peneliti mendeskripsikan secara aktual, akurat dan sistematis mengenai Strategi *Media Relations* Humas Pemkot Bandung dalam Membangun Hubungan dengan Pers melalui Program Bandung Menjawab.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Peneliti memfokuskan pada pokok penelitian guna membatasi wilayah penelitian, yaitu “ Bagaimana Strategi *Media Relations* Humas Pemkot Bandung dalam Membangun Hubungan dengan Pers melalui Program Bandung Menjawab” Sesuai latar belakang dan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian meliputi:

1. Bagaimana proses kegiatan mengelola relasi yang dilakukan Humas Pemkot Bandung untuk membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab?
2. Bagaimana proses kegiatan mengembangkan taktik yang dilakukan Humas Pemkot Bandung untuk membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab?

3. Bagaimana proses kegiatan mengembangkan jaringan yang dilakukan Humas Pemkot Bandung untuk membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu fokus penelitian diatas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian meliputi:

1. Untuk mengetahui proses kegiatan mengelola relasi yang dilakukan Humas Pemkot Bandung untuk membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.
2. Untuk mengetahui proses kegiatan mengembangkan taktik yang dilakukan Humas Pemkot Bandung untuk membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.
3. Untuk mengetahui proses kegiatan mengembangkan jaringan yang dilakukan Humas Pemkot Bandung untuk membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu literatur penerapan dan kajian Ilmu Komunikasi bidang *Public Relations*, khususnya kajian mengenai strategi *Media Relations* yang dapat dilakukan diberbagai lembaga, institusi, maupun perusahaan lainnya dan dapat dijadikan dasar pijakan bagi peneliti selanjutnya yang memilih penelitian mengenai strategi *media relations*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dan dapat memberikan pemahaman bagaimana Humas Pemkot Bandung melakukan strategi *media relations* melalui program Bandung Menjawab untuk membangun hubungan dengan pers sesuai dengan isu, kepentingan lembaga dan keadaan sosial warganya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi Humas Pemkot Bandung dalam menjalankan strategi Humas Pemkot Bandung dalam membangun hubungan dengan pers melalui program Bandung Menjawab.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Peneliti memulai penelitian dengan menelusuri dari beberapa penelitian sebelumnya dengan tema penelitian yang memiliki keterkaitan ataupun relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti.

Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang memandang perbedaan dan persamaan pada setiap penelitian, sehingga walaupun terdapat kesamaan ataupun perbedaan merupakan hal yang wajar dan dapat disenergikan agar saling melengkapi.

Pertama yakni penelitian yang dilakukan oleh Yusran Nasir tahun 2018 yang berjudul “*Aktivitas Media Relations Humas Pemerintah Kota Sabang dalam Membangun Hubungan dengan Media Massa*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *media relations* yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Sabang dalam menjalin hubungan dengan media massa dan hambatannya. Penelitian ini bersifat kualitatif, sedangkan metode pengumpulan data yang

digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa penelitian ini berfokus pada berbagai kegiatan humas pemerintah dalam menjalin hubungan dengan media massa. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu objek penelitian ini adalah Humas Pemerintah Kota Sabang sementara objek yang akan diteliti yaitu Humas Pemerintah Kota Bandung.

Kedua, jurnal berjudul “*Strategi Media Relations Praxis dalam Membangun Corporate Image Bank DBS Indonesia*”, pada tahun 2019. Penelitian ini dilakukan oleh Joses Karsten dan Sinta Paramita bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan praxis untuk membentuk *image* bank yang mudah dan praktis dalam urusan perbankan. Hasil temuan penelitian ini mengemukakan bahwa strategi *media relations* yang diterapkan Praxis adalah dengan membina relasi yang baik dengan media, mengembangkan strategi *media relations*, dan yang terakhir adalah memperluas jaringan pekerjaan. Ditemukan perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan oleh Joses Karsten dan Sinta Paramita dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu objek penelitian dan metode yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode studi kasus sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode deskriptif.

Ketiga, penelitian yang diteliti oleh Amrina Rosyada, Dadan Anugrah, dan Lida Imelda Cholidah pada tahun 2018 dengan judul “*Aktivitas Press Relations Biro Humas Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia*”. Penelitian ini mendeskripsikan mengenai kegiatan *public relations* dalam membangun *press relations* yaitu, aktivitas siaran pers, aktivitas kunjungan pers, dan konferensi pers

yang dilakukan oleh Biro Humas KPK. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu terletak pada objek penelitian yang berbeda. Objek pada penelitian terdahulu yaitu Humas Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia, sementara objek penelitian yang akan dilaksanakan adalah Humas Pemkot Bandung.

Keempat, penelitian yang diteliti oleh Muhammad Abduh pada tahun 2019 dengan judul “Strategi *media relations* dalam membangun citra positif Humas Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat”. Penelitian ini memperlihatkan Humas Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat mempunyai strategi *Media Relations* yang baik sehingga berhasil menciptakan image yang baik di mata publik melalui kegiatan *Media Gathering*, *Media Tour*, dan *Press Conference*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian dan kegiatan *media relations* yang dikaji oleh peneliti sebelumnya mencakup berbagai kegiatan, sementara peneliti hanya berfokus pada satu kegiatan *media relations* yaitu *press conference*.

Kelima, penelitian yang diteliti oleh Muhammad Faqih dengan judul “*Pengelolaan media relations melalui kegiatan media visit: Studi analisis deskripsi pada Humas Kementerian Sekretariat Negara RI*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Kementerian Sekretariat Negara berhasil memanfaatkan media visit dengan efektif dalam menyebarkan informasi. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian dan teori. Teori yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah teori *four step PR*, sementara teori yang akan digunakan menggunakan salah satu

model komunikasi dari James Grunnicg yaitu model *two way symmetric communication* dan konsep *media relations* dari Yosol Iriantara.

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Yusran Nasir (2018) Jurnal	Aktivitas <i>Media Relations</i> Humas Pemerintah Kota Sabang dalam Membangun Hubungan dengan Media Massa	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan berbagai kegiatan Humas Pemerintah Kota Sabang dalam menjalin hubungan dengan media massa seperti melakukan konferensi pers, menyediakan <i>press release</i> , <i>coffee morning</i> hingga peningkatan ikan dan kendala yang didapati yaitu adanya wartawan tidak resmi	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada tema kehumasan penelitian yaitu meneliti <i>media relations</i> dan metodologi yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada objek penelitian. Objek penelitian sebelumnya adalah Humas Pemerintah Kota Sabang sementara objek yang akan diteliti yaitu Humas Pemerintah Kota Bandung.
2.	Joses Karsten, Sinta Paramita (2019) Jurnal	Strategi <i>Media Relations</i> Praxis dalam Membangun <i>Corporate Image</i> Bank DBS Indonesia	Kualitatif Studi kasus deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Praxis menggunakan strategi <i>media relations</i> , yang mana Praxis sekaligus melaksanakan fungsi humas yakni publikasi kepada publik lewat bantuan media massa, serta membangun citra perusahaan.	Persamaannya yaitu terletak pada tema kehumasan yaitu meneliti <i>media relations</i> dan metodologi yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian dan metode yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode studi kasus sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode deskriptif .
3.	Amrina Rosyada, Dadan	Aktivitas Press Relations	Kualitatif, deskriptif	Penelitian ini mendeskripsikan mengenai	Persamaan penelitian terdahulu	Perbedaan penelitian terdahulu

	Anugrah, dan Lida Imelda Cholidah (2018) Jurnal	Biro Humas Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia		kegiatan <i>public relations</i> dalam membangun <i>press relations</i> yaitu, aktivitas siaran pers, aktivitas kunjungan pers, dan konferensi pers yang dilakukan oleh Biro Humas KPK	dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada metode penelitian dan sama-sama menggunakan Paradigma Konstruktivistik	dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian yang berbeda. Objek pada penelitian terdahulu yaitu Humas Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia, sementara objek penelitian yang akan dilaksanakan adalah Humas Pemkot Bandung.
4	Muhammad Abduh (2019) Skripsi	Strategi media relations dalam membangun citra positif lembaga: Analisis Deskriptif Kualitatif pada Humas Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat.	Kualitatif, deskriptif	Hasil penelitian memperlihatkan Humas Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat mempunyai strategi Media Relations yang baik sehingga berhasil menciptakan image yang baik di mata publik melalui kegiatan <i>Media Gathering</i> , <i>Media Tour</i> , dan <i>Press Conference</i>	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada metode penelitian, dan sama-sama menggunakan Paradigma konstruktivisme	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian, digunakan dan kegiatan media <i>relations</i> yang dikaji oleh peneliti sebelumnya mencakup berbagai kegiatan sementara peneliti hanya berfokus pada satu kegiatan yaitu <i>press conference</i> .

5.	Muhammad Faqih (2020) Skripsi	Pengelolaan <i>media relations</i> melalui kegiatan media visit: Studi analisis deskripsi pada Humas Kementerian Sekretariat Negara RI	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Kementerian Sekretariat Negara berhasil memanfaatkan media visit dengan efektif dalam menyebarkan informasi.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada metode penelitian, dan sama-sama menggunakan Paradigma konstruktivisme	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu objek penelitian. Objek penelitian yang akan dilakukan adalah strategi <i>media relations</i> melalui program Bandung menjawab dan objek penelitian sebelumnya yaitu Humas Kementerian Sekretariat Negara RI. Teori yang digunakan pun berbeda. Penelitian milik Muhammad Faqih menggunakan teori <i>four step PR</i> , sementara model yang akan digunakan menggunakan model komunikasi <i>Two way symmetric communication</i> James Grunnig. dan konsep <i>media relations</i> dari Yosol Iriantara
----	-------------------------------	--	------------	---	--	--

1.5.2 Landasan Teoritis

Berdasarkan hasil analisis mengenai fokus penelitian maka model yang akan diaplikasikan adalah salah satu model komunikasi *Public Relations* yang dikemukakan James E. Grunig dan Hunt yakni *two way symmetric communication*

(model komunikasi simetris dua arah). Damarstuti (2012: 141) mengungkapkan bahwa model *two way symmetric* merupakan hubungan yang saling menguntungkan dan saling mendukung untuk mendukung pekerjaan humas dan rekan media. Model ini bertujuan untuk membentuk keadaan yang saling memahami antara humas dengan media massa.

Pengaplikasian model *two way symmetric* sangat relevan sesuai pertimbangan dan fokus penelitian. Dalam model *two way symmetric*, praktisi humas berperan sebagai mediator antara lembaga dan publiknya. Model ini juga membuat para khalayak tidak menjadi pasif. Pesan yang diterima bertujuan untuk meningkatkan citra serta kualitas lembaga dengan memperhatikan saran yang diberikan khalayak. Penggunaan model tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui strategi *media relations* Humas Pemkot Bandung dalam membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.

1.5.3 Kerangka Konseptual

1.5.3.1 Strategi

Pada dasarnya strategi yakni perwujudan proses rangkaian dari perencanaan demi mencapai *goals* yang ditentukan dengan melaksanakan berbagai macam hal yang sifatnya kontinuitas sesuai persetujuan bersama dan berlandaskan perspektif kebutuhan.

Menurut Pearce II dan Robinson (2008: 2), strategi merupakan sebuah *planning* dengan skala besar yang berfokus pada masa depan demi berinteraksi dengan persaingan agar dapat mencapai tujuan. Pengertian strategi dalam lingkup humas menurut Cutlip, Center, dan Broom (2011: 360) menyatakan strategi pada

praktik *Public Relations* berfokus pada prinsip pendekatan atau *planning* umum untuk program yang dirancang demi mendapatkan tujuan sehingga dapat dirumuskan. Definisi tersebut memperlihatkan bahwa strategi sangat penting dan dibutuhkan untuk mempermudah jalannya program-program yang dibuat sehingga apa yang direncanakan dapat tercapai.

1.5.3.2 Media Relations

Media Relations merupakan kegiatan humas *eksternal* dan dapat digunakan menjadi alat kehumasan untuk memelihara hubungan baik dengan pihak media. Menurut Iriantara dalam (Abduh, 2019:20) yang menyatakan bahwa *media relations* yaitu bagian dari humas *eksternal* yang memiliki manfaat dapat membangun hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara lembaga dengan publik untuk mencapai tujuan lembaga. Sedangkan definisi *media relations* menurut Averill dalam (Faqih, 2020: 19) mengatakan bahwa *media relations* merupakan seperangkat aktivitas penting yang dijalankan oleh praktisi *Public Relations*.

Dari beberapa pengertian *media relations* maka penulis menyimpulkan bahwa seorang praktisi humas harus melakukan *media relations* untuk menyampaikan berita dan informasi terkait rencana dan kebijakan yang dibuat demi memperoleh citra yang baik dari publik melalui peran media dalam mempublikasikan atau menyebarkan suatu informasi dari setiap program lembaga.

Terdapat beberapa strategi ketika membina hubungan dengan pers menurut Iriantara (2005: 80-97) diantaranya:

1. Mengelola Relasi

Aktivitas praktisi humas adalah berkomunikasi dan membangun relasi. Dengan menjalin hubungan dengan pers, praktisi humas tentunya perlu menjaga hubungan dengan publik atau pemangku kepentingan. Menjalinkan hubungan dengan pers tentu saja memungkinkan lembaga dapat melakukan komunikasi publik sekaligus mendengar aspirasi publik. Maka karenanya, pada konteks *media relations*, sangatlah krusial untuk membina hubungan dengan media massa karena membina hubungan dengan media massa menjadi salah satu penyokong kegiatan *Public Relations*.

2. Mengembangkan Taktik

Setelah membina hubungan dengan pihak media, tahap selanjutnya yaitu mengembangkan taktik. Taktik adalah rincian tentang bagaimana mencapai tujuan yang telah ditetapkan lembaga. Taktik ini hakikatnya adalah taktik untuk berkomunikasi dengan publik sebagai sasaran kegiatan lembaga.

3. Mengembangkan Jaringan

Pengembangan jaringan adalah komponen penting dalam *media relations*. Pengembangan jaringan menjadi krusial dilaksanakan karena jaringan sering disebut sebagai *social capital* (modal sosial) dan akan menunjang kesuksesan lembaga saat melakukan kegiatannya. Salah satu upaya untuk mengembangkan jaringan yaitu terlibat dengan organisasi profesi. Memasuki organisasi profesi dan membangun hubungan baik dengan organisasi profesi dapat berpeluang untuk bisa dijadikan narasumber dalam kegiatan yang akan dilaksanakan oleh lembaga.

1.5.3.3 *Public Relations*

Public relations adalah komponen yang menyangkut keberlangsungan sebuah lembaga. Lembaga yang tidak memiliki aktivitas *Public Relations* di dalamnya maka tidak akan mampu mengatasi setiap tantangan dan persoalan yang ada. Pentingnya keberadaan humas dalam lembaga tidak diragukan lagi karena humas adalah fungsi strategis dalam manajemen.

Public Relations Menurut Rex. F. Harlow, dalam (Cutlip, Center and Broom, 2006: 5) mengungkapkan bahwa *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang membina sekaligus memelihara lini komunikasi, melahirkan *mutual understanding*, bekerjasama antara lembaga dengan publiknya. *Public Relations* mengimplikasikan manajemen isu dan menunjang manajemen supaya responsif dalam memperoleh informasi terkini mengenai opini publik. *Public Relations* merupakan sistem peringatan sebagai antisipasi *trend* atau perubahan, dan *Public Relations* mempergunakan analisis dan komunikasi.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* harus memiliki fungsi manajemen yang dapat menciptakan hubungan timbal balik (*two-way communication*) yang harmonis antara publik *internal* maupun *eksternal* yang bertujuan mencapai tujuan dan keberhasilan suatu lembaga. Maka dari itu, *Public Relations* adalah bagian atau unit kerja yang membutuhkan aspek perencanaan yang matang.

1.6 Langkah – Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jl. Wastukanacana No.2, Kota Bandung, Jawa Barat. Peneliti memilih Humas Pemerintah Kota Bandung sebagai tempat penelitian karena peneliti tertarik dengan Humas Pemerintah Kota Bandung yang berupaya membuat suatu program yang dapat memfasilitasi rekan media dan narasumber untuk terlibat dalam komunikasi dua arah sehingga Humas Pemerintah Kota Bandung mendapatkan keuntungan seperti mendapatkan pemberitaan positif dari media. Selain itu melalui program Bandung Menjawab, Humas Pemerintah Kota Bandung dapat memonitoring permasalahan sekaligus isu yang terjadi di Kota Bandung serta mengevaluasi berbagai program dan kebijakan Pemerintah Kota Bandung bahkan transparansi informasi pun didapatkan sehingga bisa meminimalisir keluhan dari warga Kota Bandung. Hal ini menarik untuk peneliti karena saat ini peneliti menyadari bahwa membina hubungan terhadap media sangatlah penting bagi keberlangsungan suatu lembaga.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

1.6.2.1 Paradigma Konstruktivisme

Paradigma yang akan diaplikasikan adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang realitas kehidupan terbentuk dari hasil konstruksi. Paradigma ini memiliki fokus tentang bagaimana realitas dikonstruksikan, melalui cara konstruksi itu dibentuk.

Selaras dengan *media relations* Humas Pemkot Bandung dalam membangun hubungan dengan pers merupakan suatu kenyataan yang dibentuk

dengan sengaja, bukan atas dasar realitas natural, namun perlu adanya kegiatan manusia agar terbentuk hubungan yang harmonis antara *Public Relations Officer* dengan rekan media.

1.6.2.2 Pendekatan Interpretif

Pendekatan yang dipakai pada penelitian ini yakni pendekatan interpretif yang melihat realitas sosial merupakan hal subjektif dan penuh dengan pergerakan dinamis. Diharapkan penelitian ini dapat menginterpretasikan strategi *media relations* Humas Pemkot Bandung yang diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dan hasil observasi.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang dipilih pada penelitian kali ini adalah metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk melukiskan atau menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta, proses dan gejala sosial guna memperoleh informasi dan data terkait situasi dan kondisi sekitar dalam rangka membangun hubungan media dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Jenis data penelitian ini yaitu data kualitatif. Untuk melaksanakan kebutuhan dalam penelitian, hendaknya melakukan identifikasi jenis data sebagai berikut:

1. Data mengenai proses kegiatan mengelola relasi yang dilakukan Humas Pemkot Bandung untuk membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.

2. Data mengenai proses kegiatan mengembangkan taktik yang dilakukan Humas Pemkot Bandung untuk membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab
3. Data mengenai proses kegiatan mengembangkan jaringan yang dilakukan Humas Pemkot Bandung untuk membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab

1.6.4.2 Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer pada penelitian ini adalah informan yang merupakan karyawan Humas Pemerintah Kota Bandung beserta jajaran staf atau bagian internal Pemerintah Kota Bandung yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai Strategi *media relations* Humas Pemkot Bandung dalam membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu dokumen, literatur, sumber ilmiah, *website resmi* Humas Pemkot Bandung, maupun sumber lain yang berkaitan dengan fokus penelitian.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

1.6.5.1 Informan dan Unit Analisis

Informan yang telah ditentukan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti. Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini berdasarkan pada subjek yang memahami persoalan penelitian, proaktif dan bersedia memberikan informasi. Informan dari penelitian yang dilakukan yakni staf Humas dan para

karyawan Humas Pemkot Bandung yang menguasai strategi *media relations* dan terlibat langsung pada pelaksanaan Program Bandung Menjawab.

1.6.5.2 Teknik Penentuan Informan

Informan ditentukan berdasar kriteria dan kualifikasi tertentu yaitu sebagai berikut:

- 1) Informan merupakan bagian dari Humas Pemkot Bandung yang berhubungan langsung dan paham dengan Program Bandung Menjawab
- 2) Informan memiliki masa kerja kurang lebih satu tahun di Humas Pemkot Bandung.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Observasi Partisipatori Pasif

Observasi partisipatori pasif yaitu observasi yang menjadikan peneliti lebih memungkinkan dalam mengamati kondisi *real* tanpa ikut serta dan terlibat dengan kegiatan yang dilakukan. Observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung mengenai strategi *media relations* Humas Pemkot Bandung dalam membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.

1.6.6.2 Wawancara mendalam

Wawancara merupakan pengumpulan data lewat pengajuan pertanyaan secara langsung kepada informan lalu hasil jawaban informan tersebut direkam dan dicatat. Wawancara yang dilaksanakan yaitu *depth interview* (wawancara mendalam) untuk menghimpun data.

Teknik wawancara dianggap efektif untuk menggali informasi sehingga peneliti menggunakannya untuk menggali informasi seputar strategi *media*

relations humas Pemkot Bandung melalui Program Bandung Menjawab. Selanjutnya, wawancara dilaksanakan secara langsung dan tanya jawab secara tatap muka dengan informan. Hal ini membuat informasi bisa diterima dengan lebih jelas sekaligus mengetahui situasi di lapangan. Pada prosesnya, peneliti mewawancarai tim Humas Pemkot Bandung dan beberapa pihak yang terkait dengan program Bandung Menjawab untuk dijadikan narasumber. Tujuannya agar peneliti mendapatkan data dan gambaran yang konkret.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Peneliti mengaplikasikan teknik triangulasi dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2011:242), teknik triangulasi merupakan data yang diperoleh dari responden sebelumnya kemudian menanyakan kembali kepada responden yang lain dengan persoalan serupa. Teknik triangulasi memanfaatkan suatu hal untuk mengecek dan membandingkan informasi yang berhasil didapatkan untuk memastikan bahwa informasi tersebut sangatlah benar dan valid.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Data dan informasi yang didapat diolah lalu dideskripsikan oleh peneliti dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Mereduksi Data: peneliti mengklarifikasi dan mengarahkan temuan penelitian yang bertujuan supaya memudahkan pemahaman berdasarkan data yang telah terkumpul dari Humas Pemkot Bandung serta data terkait di media mengenai Program Bandung Menjawab.
2. Display Data: peneliti melakukan display data, yaitu mengumpulkan semua data untuk memperoleh gambaran penelitian secara utuh. Bentuk penyajian

data kualitatif mengenai kegiatan monitoring Humas Pemkot Bandung mengenai Program Bandung Menjawab, kemudian hasil pengumpulan data yang diperoleh dilakukan analisis dan dituangkan dalam bentuk tulisan.

3. Menggali korelasi antara data dengan data, maupun antara data dengan teori yang dipakai: Mereduksi data menyesuaikan dengan hasil observasi. Dengan demikian dapat menyuguhkan gambaran yang secara rinci tentang strategi *media relations* Humas Pemkot Bandung dalam membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.

Kesimpulan dan Verifikasi: Mencari inti dan hal yang dianggap esensial yang kemudian dikemas dengan ringkas dan mudah dipahami tentang strategi *media relations* Humas Pemkot Bandung dalam membangun hubungan dengan pers melalui Program Bandung Menjawab.