

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Memasuki era keterbukaan informasi yang diiringi dengan pesatnya kemajuan teknologi komunikasi, semakin lama semakin menjadi sebuah tantangan bagi para praktisi public relations atau yang biasa dikenal dengan singkatan PR. Hal ini akan membawa konsekuensi bagi para personelnnya dalam meningkatkan mutu dan kualitasnya demi kelangsungan jalannya perusahaan. Kemampuan serta potensi dasar yang dimiliki oleh seorang PR saja belum cukup dalam menyelesaikan tugas dan kewajibannya dalam mencapai tujuan perusahaan, oleh karena itu perlu ditunjang dengan adanya dukungan yang datang dari kelompok masyarakat yang berkepentingan langsung dengan perusahaan. Sebab keberhasilan suatu perusahaan bukan hanya tergantung pada manajemen perusahaan saja, namun dengan adanya opini publik serta citra perusahaan yang terbentuk dimata publiknya.

PR sebagai lembaga yang mewakili instansi, juga menjadi penyelenggara hubungan yang harmonis diantara organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan dengan publik internal maupun eksternal sebagai khalayak sarannya dalam mencapai tujuan dan sasaran utama organisasi. Hal tersebut sangat memengaruhi kegiatan PR melalui keserasian hubungan, citra yang menyangkut organisasi maupun produk dapat terbentuk dan diwakili. Salah satu kegiatan humas dalam

hubungannya dengan publik eksternal adalah membina hubungan dengan media atau pers (*media relations/press relations*).

Kegiatan pembinaan hubungan dengan pers khususnya perlu mendapatkan perhatian yang istimewa karena pers berfungsi sebagai sarana kontrol sosial yang dalam pemberitaannya meliputi segala kehidupan masyarakat. Selain itu, pembinaan hubungan dengan media dan pers merupakan salah satu aktivitas media kerja sama untuk kepentingan publikasi dan publisitas dalam berbagai kegiatan program kehumasan demi kelancaran komunikasi yang dilakukan antara humas dengan publik umum. Hal tersebut menghasilkan dampak frekuensi publisitas yang tinggi dengan ditampilkannya pemberitaan yang baik melalui media dan pers.

Definisi hubungan pers (*press relations*) menurut Frank Jefkins dalam bukunya Hubungan Masyarakat yang dikutip kembali dalam buku Manajemen Public Relations & Media Komunikasi karangan Rosady Ruslan adalah “Suatu kegiatan untuk mencapai publikasi atau penyiaran berita semaksimal mungkin, sedangkan informasi yang disebarkan melalui Hubungan Masyarakat adalah untuk menciptakan pengenalan dan pengertian” (Jefkins, 1992:99). Melihat pernyataan tersebut, jelas tampak bahwa hubungan dengan pers merupakan unsur yang penting dan tidak mungkin diabaikan dalam kegiatan humas suatu lembaga, guna memperoleh publisitas suatu kegiatan.

Peranan PR erat kaitannya dengan kegiatan publisitas dalam menyebarluaskan informasi melalui pemberitaan di media. Demi mencapai

tujuan PR diantaranya citra positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi, maka banyak kegiatan PR yang dilakukan melalui media. Tak dapat dipungkiri bahwa peran media dan pers dalam hal ini sangat memengaruhi reputasi lembaga. Hal tersebut menjadi tugas praktisi PR dalam memanfaatkan keberadaan media massa dan pers untuk menunjang perkembangan lembaga tersebut. Salah satu fungsi pers adalah kekuatan pembentuk opini (power of opinion) yang sangat efektif melalui media massa (Ruslan, 2012:168).

Salah satu publik eksternal dalam menjalin kegiatan press relations yang diprioritaskan adalah menjalin hubungan dengan wartawan atau reporter, namun mengingat bahwa kegiatan bermedia tak bisa disederhanakan dengan wartawan saja, tetapi perlu adanya hubungan baik yang dijalin dengan organisasi media dan asosiasi profesi wartawan yang juga tak kalah penting. Wartawan merupakan bagian terpenting dari organisasi bermedia, sebab wartawan meliput dan menulis berita serta menyebarkan informasi tersebut kepada masyarakat. Lembaga dapat memberikan informasi dan mengirimkan berita tersebut kepada media secara rutin, kemudian dari hasil kerjasama inilah diharapkan dapat menciptakan suatu hubungan yang baik dan berjalan relasi jangka panjang antara pihak humas dengan mitranya.

Pada dasarnya PR membutuhkan pihak pers dalam menyampaikan informasi-informasi kepada masyarakat guna mendapatkan dukungan yang positif melalui tulisan maupun tayangan pemberitaan yang dimuat di media.

Tanpa adanya hubungan yang baik dengan pers, dikhawatirkan aktivitas PR tidak akan berhasil. Demi meraih keberhasilan dalam hubungan baik dengan pihak pers serta demi meningkatkan reputasi lembaga, seorang praktisi PR setidaknya mengenal dan memahami bagaimana komunikasi dengan media dan dapat memilah media mana yang bisa digunakan dalam menunjang kegiatan public relations.

Begitu pula yang dijalankan humas lembaga pemerintahan dalam menjaga reputasinya, biro humas Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dalam hal ini menjalankan fungsinya sebagai gerbang informasi dan data yang dibutuhkan baik oleh masyarakat, pers maupun instansi/lembaga. Berdasarkan data yang dihimpun melalui website resmi, Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) merupakan lembaga negara yang bersifat independen, yang dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya bebas dari kekuasaan manapun. Adapun tugas humas KPK adalah koordinasi dengan media pers dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan pemberantasan tindak pidana korupsi serta dalam meningkatkan reputasi lembaga di mata publik.

Peran humas KPK adalah memberikan keterangan dan informasi kepada masyarakat melalui pers atau media lainnya terkait dengan masalah-masalah yang sedang dihadapi atau masih dalam proses. Banyaknya publik yang tersebar, bukan hanya saja secara geografis, tetapi juga demografis, maka kegiatan humas akan sulit dilakukan bila tidak memanfaatkan media dan pers. Media massa menjadi media yang dapat menjangkau publik yang

tersebar dan beragam kepentingannya. Publik mengetahui bagaimana prestasi serta kinerja KPK sebagai penegak hukum negara dalam mengungkap kejahatan serta menangkap para pelaku tindak pidana korupsi negara melalui media massa. Mungkin bisa dibayangkan saat KPK menginformasikan mengenai penangkapan Daftar Pencarian Orang (DPO) yang melarikan diri ke luar kota ataupun luar negeri, atau kasus yang merupakan hasil Operasi Tangkap Tangan (OTT), ditangkapnya Ketua DPR RI, Setya Novanto, mengusut perkara kasus dugaan korupsi proyek pengadaan e-KTP, sampai pada perkara terkait penyerang penyidik KPK, Novel Baswedan dan masih banyak lagi informasi yang disampaikan kepada masyarakat jika disebarluaskan melalui komunikasi tatap muka, tentu sangat tidak efektif. Semua itu disampaikan melalui media bekerjasama dengan pers sehingga masyarakat mengetahui apa saja masalah yang tengah dihadapi oleh lembaga KPK.

Humas juga berperan dalam mengelola krisis dan mengeluarkan organisasi pemerintahan dari situasi krisis, karena krisis berkaitan dengan citra lembaga secara keseluruhan di mata masyarakat. Krisis tersebut selalu diikuti dengan perubahan ke arah yang lebih baik ataupun lebih buruk. Disinilah seorang praktisi PR dituntut agar dapat menjalankan fungsinya dengan baik, untuk mengkomunikasikan kebijakan dan program di saat krisis di depan awak media, sebab salah satu fungsi strategis lembaga yang paling krusial dalam situasi tersebut adalah peran humas.

Menyadari akan pentingnya hal tersebut, divisi humas KPK merancang program-program kegiatan yang dapat meningkatkan citra lembaga, maka banyak kegiatan PR yang dilakukan melalui media. Divisi yang melakukan manajemen media massa, pembangunan citra, jembatan komunikasi dengan masyarakat dan pemerintah serta penghubung dengan pers, karena kredibilitas dan citra lembaga sangat ditentukan oleh informasi yang mereka sampaikan.

Hasil yang telah diperoleh pada program yang diadakan oleh humas KPK sejatinya dapat meningkatkan reputasi lembaga di mata publik, sehingga lembaga KPK pernah meraih penghargaan program Humas terbaik dalam ajang Indonesia Public Relations Awards & Summit 2014 (IPRAS) melalui dua program kehumasan, yakni Kanal KPK; Radio & TV Streaming, serta Portal Anti Korupsi; Anti Corruption Clearing House (ACCH). Penghargaan serupa diraih pada tahun 2016 sebagai Program Humas Inspirasional dari Serikat Perusahaan Pers (SPS) dalam ajang IPRAS 2016 lewat program kampanye KPK, yakni Kampanye Ngamen Anti-Korupsi. Program kampanye tersebut terpilih sebagai Program Humas Inspirasional peringkat III dimana kegiatan kampanye tersebut dilaksanakan dengan bantuan kerjasama PT. KAI. Beberapa program tersebut merupakan hasil perencanaan yang dibuat oleh humas KPK demi mencapai tujuan serta visi misi utama lembaga serta untuk menyadarkan masyarakat akan pencegahan korupsi sejak dini. KPK dapat meraih

penghargaan tentu berkat adanya dukungan dari dari berbagai pihak, salah satunya adalah pers.

Berdasarkan kerangka teoriti dalam buku Press Relations karangan Aceng Abdullah (2004:80-97), bahwa dalam praktik hubungan pers dikenal beberapa bentuk kegiatan pers yang dilakukan oleh humas mencakup enam hal, yaitu Penyebaran Siaran Pers, Jumpa Pers atau Konferensi Pers, Kunjungan Pers, Resepsi Pers, Peliputan Kegiatan dan Wawancara Pers. Pada penelitian ini, penulis hanya ingin meneliti tiga hal dari bentuk kegiatan press relations tersebut yaitu, jumpa pers atau konferensi pers (*press conference*), siaran pers (*press release*), dan kunjungan pers (*press tour*). Karena ketiga hal tersebut merupakan kegiatan hubungan pers yang paling efisien, yang paling banyak dan sering dilakukan di KPK. Demikian penulis membatasi masalah menjadi tiga bagian kegiatan yang menjadi fokus penelitian dalam aktivitas press relations.

Alasan ketertarikan peneliti mengambil objek penelitian di KPK bermula dari kunjungan peneliti pra-observasi yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti melihat bagaimana salah seorang pegawai KPK yang ternyata merupakan divisi humas KPK menginformasikan pesan dari biro humas kepada rekan-rekan wartawan yang berada disekitar gedung KPK. Tanpa disadari, adanya interaksi yang dijalin antara seorang praktisi humas dengan pers menarik perhatian peneliti. Kendati bahwa salah satu kegiatan humas KPK adalah publisitas yang merupakan aktivitas humas dengan pihak eksternal, maka dari itu humas KPK perlu menjaga hubungan baik dengan

pers dan awak media. Tidak melulu aktivitas tersebut dilakukan formal saat bertugas, namun dengan dijalinnya hubungan antarpersonal divisi humas dengan personal pers juga bisa dilakukan agar terjaga ikatan atau hubungan yang erat antar kedua pihak. Hal tersebut sama seperti apa yang telah disaksikan oleh peneliti secara langsung tentang bagaimana salah seorang pegawai KPK yang ternyata merupakan praktisi Humas KPK bidang Pemberitaan dan Publikasi sedang berbincang-bincang dengan salah seorang wartawan dan kemudian diikuti dengan melanjutkan aktivitas di ruangan konferensi pers. Hal tersebut membuat ketertarikan bagi peneliti untuk meneliti bagaimana hubungan serta aktivitas humas KPK dengan pers.

Menyadari dan mengetahui pentingnya posisi pers dalam program dan kegiatan yang diselenggarakan oleh humas KPK, maka penelitian ini ditujukan untuk mengungkapkan dan menjelaskan aktivitas public relations dalam menjalin press relations terutama dalam hal membina hubungan yang baik dengan pers melalui kegiatan konferensi pers, siaran pers dan kunjungan pers, sehingga penulis tertarik untuk meneliti mengenai lembaga negara yang bersifat independen tersebut yaitu Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) yang seringkali terlibat di hadapan awak media dan pers. Alasan lainnya yang menarik perhatian penulis memilih KPK sebagai subjek penelitian adalah karena berita mengenai KPK selalu menjadi sorotan media massa serta perhatian publik, kemudian biro humas KPK sangat aktif dalam pengelolaan informasi melalui media online dan

media sosial, seperti twitter, fanspage facebook serta website resmi. Biro humas KPK juga selalu mendapatkan penghargaan dalam ajang Indonesia Public Relations Awards & Summit (IPRAS) setiap periodenya melalui program-program kehumasan yang telah dijalankan. Mengacu dari latar belakang diatas, peneliti merasa tertarik melakukan penelitian mengenai Aktivitas Press Relations Biro Humas KPK Republik Indonesia.

## **1.2. Fokus & Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti memfokuskan penelitian ini mengenai aktivitas *public relations* Komisi Pemberantasan Korupsi dalam menjalin *press relations*. Oleh karena itu peneliti mengidentifikasi pertanyaan penelitian:

- 1.2.1. Bagaimana aktivitas konferensi di Biro Humas KPK?
- 1.2.2. Bagaimana aktivitas siaran pers di Biro Humas KPK?
- 1.2.3. Bagaimana aktivitas kunjungan pers di Biro Humas KPK?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan secara jelas aktivitas *public relations* KPK dalam menjalin kegiatan *press relations*, serta mengetahui kegiatan *press conference*, *press release*, dan *press tour* oleh lembaga KPK dengan Pers dari kegiatan *press relations*.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan, baik secara akademis maupun praktis yang peneliti uraikan sebagai berikut:

#### 1.4.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menyumbangkan pengetahuan dan pemikiran ilmiah dalam bidang komunikasi khususnya kajian *public relations* mengenai aktivitas *public relations* Komisi Pemberantasan Korupsi dalam membina hubungan dengan pers dan dapat menerapkan secara nyata ilmu komunikasi kehumasan khususnya yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa.

#### 1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan wawasan bagi pihak lembaga KPK serta bisa menjadi bahan pertimbangan dan rancangan aktivitas *press relations* yang sesuai bagi kepentingan organisasi lembaga. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan maupun rujukan untuk penelitian sejenis atau penelitian lanjutan.

### 1.5. Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran digunakan sebagai acuan peneliti dalam melakukan penelitian, selain itu landasan pemikiran juga berisi mengenai teori, konsep serta penelitian terdahulu. Peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang memiliki Tema penelitian serupa dengan peneliti yaitu *Press Relations*.

### **1.5.1. Hasil Penelitian Terdahulu**

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Nurmalita, mahasiswi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta dengan skripsi yang berjudul “Aktivitas Humas PT. InterMatrix Dalam Membina Hubungan Dengan Pers”. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa aktivitas Humas PT. InterMatrix dalam membina hubungan dengan pers sudah sangat harmonis. Pers ataupun wartawan bagi Humas PT. InterMatrix sudah dianggap sebagai mitra yang sejajar bagi humas dalam hubungan kerja, dan sebagai penyampai dan penyebar informasi kepada masyarakat serta berperan penting dalam menjalankan kontrol sosial.

Perbedaan dengan penelitian ini Nurmalita dengan peneliti adalah subjek dan objek penelitian. Penelitian yang dilakukan Nurmalita adalah di PT. Intermatrix, sedangkan objek penelitian yang dilakukan peneliti adalah di KPK. Nurmalita juga menggambarkan penelitian dengan studi kasus, sedangkan peneliti menggunakan studi deskriptif.

*Kedua*, penelitian lain yang mengangkat tema serupa adalah tugas akhir berjudul “Kegiatan *Public Relations* Dalam Membina Hubungan Dengan Pers oleh Anna Nurien, mahasiswi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung. Hasil penelitiannya disimpulkan bahwa terdapat beberapa bentuk yang dilaksanakan oleh bagian humas Kanwil Depag Prov Jabar dalam rangka membina hubungan yang baik dengan media (pers) salah satunya dengan kontak personal, dan memberikan data-data kepada media yang terkait dengan visi misi Kanwil Depag Prov Jawa Barat dalam rangka mencapai hasil citra positif dimata para wartawan. Hal ini terlihat adanya pemberitaan yang diliput oleh pers mengenai Kanwil Depag Prov Jabar, sehingga dapat mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap Kanwil Depag Jawa Barat yang bertugas sebagai pengabdian dan pelayan masyarakat. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Anna menggunakan metode deskriptif. Objek yang diambil olehnya adalah di Kantor Wilayah Departemen Agama Regional Jawa Barat.

*Ketiga*, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Dedi Riyadin Saputro, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Studi Penelitian yang berjudul “Aktivitas Humas Dalam Menjalankan Media Relations” tersebut mengungkapkan

bahwa praktisi humas di Pemerintahan Kota Yogyakarta dalam menjalin hubungan dengan media dibagi kedalam dua kategori. Pertama, aktivitas formal *media relations* yakni melakukan *press release*, *press conference*, kerjasama dengan media cetak dan elektronik serta *press tour*. Kedua, kegiatan non formalnya berupa *personal relationship*, Walikota Award, *servicing media*. Dimana kendala yang dihadapi dalam menjalin *media relations* adalah minimnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki praktisi humas Pemerintahan Kota Yogyakarta dalam melaksanakan tugasnya sebagai pekerja PR.

Dedi Riyadin melakukan penelitian di Lembaga Pemerintahan Kota Yogyakarta. Penelitian karya Dedi tersebut lebih menjelaskan pada kendala yang dihadapi oleh humas Pemerintahan Kota Yogyakarta.

*Keempat*, penelitian yang ditulis oleh Irman Sunjaya Prasetyo, mahasiswa Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan tema penelitian “Strategi Media Relations Bagian Humas Sebagai Upaya Mempertahankan Citra Positif Kabupaten Bandung”. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa perencanaan *media relations* pada bagian Humas Sekda Kabupaten Bandung adalah menganalisis lingkungan internal, dan menganalisis perencanaan eksternal. Implementasi *media relations* humas Sekda Kabupaten

Bandung adalah dengan mengirim *press release*, mengadakan konferensi pers, mengadakan jumpa pers, *press tour* serta melakukan pengembangan strategi dan mengembangkan jaringan. Penelitian ini menggunakan deskriptif analisis dan berlokasi penelitian dilakukan di Humas Pemerintahan Kabupaten Bandung.

*Kelima*, adapun penelitian yang mengangkat tema humas dan media (pers) adalah penelitian yang berjudul *Public Relations Dan Media Relations*, oleh Wahid Faisyal Hakim, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitiannya disimpulkan bahwa beberapa hal yang dilakukan dalam *media relations* adalah *good will*, *trust*, dan keterbukaan. Bentuk kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Humas Ibis Solo meliputi *press release*, *media gathering*, *press conference* and *media visit*. Strategi dan pendekatan *media relations* yang diterapkan oleh hotel ibis solo adalah senantiasa menjalin hubungan kedekatan personal dengan insan media terutama para wartawan, yakni melalui telepon ataupun sms, dan menggunakan jejaring *sosial facebook* maupun *whatsapp*, serta menjalin hubungan secara terus menerus dan berkelanjutan, selain itu memberikan kemudahan dan keterbukaan akan informasi dalam setiap peliputan serta menyediakan fasilitas bagi rekan media.

Penelitian Wahid lebih menekankan kepada strategi *media relations* dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Wahid mengambil objek penelitian di Hotel Ibis Solo.

**Tabel 1. 1 Tabel Penelitian Terdahulu**

Sumber :Hasil

Olahan Peneliti

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Nurmalita – Universitas Mercubuana, Jakarta	Aktivitas Humas PT. InterMatrix Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Pers	Metode studi kasus kualitatif	Aktivitas Humas PT. InterMatrix dalam membina hubungan dengan pers sudah sangat harmonis. Kini humas dan pers dapat menemui titik terang dalam menghadapi kendala atau hambatan membina hubungan baik antara pers dan humas di PT. InterMatrix.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek dan objek penelitian, penelitian yang dilakukan Nurmalita adalah di PT. InterMatrix, serta metode yang digunakan oleh Nurmalita adalah metode studi kasus.
2	Anna Nurein – UIN Sunan Gunung Djati, Bandung	Kegiatan <i>Public Relations</i> Dalam Membina Hubungan Dengan Pers	Metode Deskriptif Kualitatif	Salah satu bentuk kegiatan yang dilaksanakan oleh bagian humas Kanwil Depag Prov. Jabar dalam rangka membina hubungan dengan media (pers) adalah dengan kontak personal, dan memberikan data kepada media terkait dengan visi misi Kanwil Depag Prov Jabar dalam rangka mencapai citra positif di mata wartawan.	Perbedaan penelitian terletak pada Anna Nurein melakukan penelitian di Kantor Wilayah Departemen Agama Regional Jawa Barat. Penelitian Anna lebih terfokus pada hubungan yang dibangun dengan pers melalui program – program yang dilakukan oleh humas Kantor Wilayah Departemen Agama Regional Jawa Barat.
3	Dedi Riyadin Saputro – UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta	Aktivitas Humas Dalam Menjalankan <i>Media Relations</i> (Studi Deskriptif Pada Bagian Humas Dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta)	Metode Deskriptif Kualitatif	Pertama, aktivitas formal <i>media relations</i> yakni melakukan <i>press release</i> , <i>press conference</i> , kerjasama dengan media cetak dan elektronik serta <i>press tour</i> . Kedua, kegiatan non formalnya berupa <i>personal relationship</i> , Walikota Award, <i>servicing media</i> . Kendala yang dihadapi dalam menjalin <i>media relations</i> adalah minimnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki praktisi humas	Perbedaan penelitian ini adalah subjek dan objek penelitian, penelitian Dedi dilakukan di Pemerintahan Kota Yogyakarta, sedangkan peneliti melakukan penelitian di Lembaga KPK, Jakarta, selain itu tujuan yang dicapai Dedi adalah untuk mengetahui kendala – kendala yang dihadapi humas, sedangkan peneliti lebih ke arah hubungan yang dibangun antara lembaga dengan media.

				Pemerintahan Kota Yogyakarta dalam melaksanakan tugasnya sebagai pekerja PR.	
4	Irman Sunjaya Prasetyo – UIN Sunan Gunung Djati, Bandung	Strategi <i>Media Relations</i> Bagian Humas Sebagai Upaya Mempertahankan Citra Positif Kabupaten Bandung (Analisis Deskriptif di Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung)	Metode Deskriptif Analisis	Perencanaan media relations pada bagian Humas Sekda Kabupaten Bandung adalah menganalisis lingkungan internal, dan menganalisis perencanaan eksternal. Implementasi media relations humas Sekda Kabupaten Bandung adalah dengan mengirim press release, mengadakan konferensi pers, mengadakan jumpa pers, press tour serta melakukan pengembangan strategi dan mengembangkan jaringan.	Perbedaannya ialah terletak pada topik penelitian yang dilakukan oleh Irman Sunjaya yaitu untuk mengetahui strategi media relations yang dilakukan public relations yang dilakukan di Humas Sekda Bandung.
5	Wahid Faisyal Hakim – Universitas Muhammadiyah Surakarta	<i>Public Relations Dan Media Relations</i> (Strategi Media Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo)	Metode studi Deskriptif Kualitatif	Bentuk kegiatan media relations yang dilakukan oleh Humas Ibis Solo meliputi <i>press release</i> , <i>media gathering</i> , <i>press conference and media visit</i> . Strategi dan pendekatan media relations yang diterapkan oleh hotel ibis solo adalah menjalin hubungan kedekatan personal dengan insan media terutama para wartawan, yakni melalui telepon ataupun sms, dan menggunakan jejaring sosial facebook maupun whatsapp, serta menjalin hubungan secara terus menerus dan berkelanjutan, selain itu memberikan kemudahan dan keterbukaan akan informasi dalam setiap peliputan serta menyediakan fasilitas bagi rekan media.	Perbedaan penelitian Wahid Faisyal Hakim adalah objek serta subjek penelitian, Faisyal melakukan penelitian di Hotel Ibis Solo. Penelitian Faisyal lebih terfokus pada strategi <i>Media Relations</i> seperti apa yang dilakukan untuk menjalin hubungan kedekatan baik personal maupun melalui media.

### 1.5.2. Kerangka Berfikir

Kaitannya dengan kegiatan yang dijalankan oleh humas dan pers/media maka penulis menggunakan model komunikasi yang

dipakai dalam penelitian ini adalah model komunikasi *public relations* yang dikemukakan oleh James Grunig. Penulis menempatkan empat model komunikasi *public relations* Grunig tersebut berdasarkan aktivitas *press relations* yang dijalin oleh Humas KPK.

James Grunig memaparkan Model *Press Agency*, Model *Public Informed*, Model *Two-Way Asymmetrical*, dan Model *Two-Way Symmetrical* yang dikelompokkan berdasarkan tujuan komunikasi, sifat komunikasi, bentuk komunikasi dan riset komunikasi, sebagai berikut.

**Tabel 1. 2. Empat Model Komunikasi PR Grunig-Hunt**

	<i>Model</i>			
	<i>One-Way</i>		<i>Two-Way</i>	
	<i>Press agency/Publicity</i>	<i>Public Information</i>	<i>Two-Way Asymmetrical</i>	<i>Two-Way Symmetrical</i>
<i>Purpose</i>	<i>Propaganda</i>	<i>Dissemination of Information</i>	<i>Scientific Persuasion</i>	<i>Mutual Understanding</i>
<i>Organizational Contribution</i>	<i>Advocacy</i>	<i>Dissemination of information</i>	<i>Advocacy</i>	<i>Mediation</i>
<i>Nature of Communication</i>	<i>One-way complete truth not essential</i>	<i>One-way truth important</i>	<i>Two-way imbalanced effects</i>	<i>Two-way balanced effects</i>
<i>Communication Model</i>	<i>Source → Receiver</i>	<i>Source Receiver</i>	<i>Source → Receiver Feedback</i>	<i>Group → Group</i>
<i>Nature of Research</i>	<i>Little "counting house"</i>	<i>Little, readability, readerships</i>	<i>Formative evaluative of attitudes</i>	<i>Formative evaluative of understanding</i>

Indikator empat model *public relations* dari Grunig-Hunt tersebut, yakni :

- a. *Publicity or Press Agency* : melakukan propaganda adalah tujuan melalui komunikasi searah, dengan cara memberikan publisitas yang menguntungkan, khususnya ketika berhadapan dengan media massa. Terkadang mengabaikan kebenaran dan memberikan informasi yang tidak jujur, tidak lengkap, dan komunikasi dipandang sebagai mengatakan tidak untuk mendengarkan.
- b. *Public Information : public relations* bertindak sebagai *Journalist in residence*, artinya bertindak sebagai wartawan dalam menyebarkan informasi kepada publik dan mengendalikan berita atau informasinya kepada media massa. Tujuan utama *public information* adalah diseminasi atau penyebaran informasi. Komunikasinya bersifat satu arah dan tidak perlu dengan cara persuasif.
- c. *Two-way Asymmetrical Communication : public relations* menggunakan komunikasi dua arah berdasarkan hasil riset serta strategi persuasif secara ilmiah, berupaya untuk membujuk publik agar mau bekerja sama, bersikap terbuka sesuai dengan harapan organisasi, dan menggunakan komunikasi dua arah dengan ketidakseimbangan efek.

d. *Two-way Symmetrical Communication* : model ini bertujuan untuk menciptakan *mutual understanding* antara organisasi dengan publiknya. Komunikasi dua arah timbal balik merupakan bentuk model ini, sehingga antara humas dengan publiknya sama-sama mendapatkan keuntungan karena adanya kebebasan pertukaran informasi dan komunikasi yang seimbang.

## 1.6. Landasan Teoritis

### 1.6.1. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Salah satu definisi *Public Relations* dikemukakan oleh *International Public Relations Association* (IPRA), suatu organisasi humas yang bertaraf internasional juga membuat definisi kerja hubungan masyarakat sebagai berikut:

*Hubungan masyarakat adalah suatu fungsi manajemen yang berlangsung secara terus menerus dan dirancang melalui organisasi-organisasi masyarakat, swasta, lembaga yang berusaha menjalin dan memelihara saling pengertian, simpati serta dukungan dari siapa saja yang ada kaitannya dengan dirinya melalui informasi, termasuk memperbaiki peraturan-peraturan dan pernyataan-pernyataan yang dirancang untuk mencapai kerjasama serta pemecahan masalah secara efektif untuk kepentingan bersama.*

Meskipun pengertian humas bersumber dari beberapa redaksi yang berbeda, namun hal tersebut tak perlu dikhawatirkan sebagai suatu kemunduran, melainkan sebagai suatu dinamika yang tinggi dengan makin banyaknya tantangan

yang perlu dijawab oleh praktisi humas, terutama dengan makin pesatnya perkembangan teknologi komunikasi serta perubahan masyarakat dan lingkungannya yang semakin cepat. Intisarinya dari berbagai definisi humas tersebut adalah bahwa humas merupakan suatu upaya dalam menjalankan hubungan saling pengertian dan saling menguntungkan dalam mencapai hubungan yang harmonis serta tujuan yang telah ditentukan dengan pihak-pihak yang terkait didalamnya.

Setelah mengetahui definisi PR, berikutnya bagian yang akan dikemukakan adalah fungsi serta tujuan PR. Hal ini merupakan bagian yang penting, karena PR merupakan suatu bagian yang mewakili organisasi dan mengadakan komunikasi timbal balik dengan publik sasaran atau masyarakat lainnya.

Effendy (2002:36) mengatakan bahwa fungsi *public relations* yaitu:

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- 2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal.
- 3) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.

4) Melayani publik dan menasehati pimpinan demi kepentingan umum.

Hubungan masyarakat mencakup berbagai hubungan yang semuanya bertujuan untuk membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik internal maupun publik eksternal.

### **1.6.1 Press Relations (Hubungan Pers)**

Istilah pers berasal dari bahasa asing, namun diterima sebagai istilah bahasa Indonesia. Aslinya ditulis *press*, yang berarti 'percetakan' atau 'mesin cetak'. Istilah tersebut kita dapat memahami adanya dua pengertian umum pers. *Pertama*, secara sempit pers dimaksudkan sebagai persuratkabaran. *Kedua*, secara luas mengandung arti suatu lembaga kemasyarakatan yang menjalankan kegiatan jurnalistik.

Hubungan pers (*press relations*) adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi PR dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan (Jefkins, 1998:113).

Hubungan pers ternyata tidak hanya terkait dengan kalangan pers saja melainkan juga semua bentuk media lainnya, media cetak, media bioskop, media elektronik seperti radio, TV dan sebagainya.

## **1.7. Langkah-langkah Penelitian**

### **1.7.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di Gedung Kantor Pusat Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) yang beralamat di Jl. Kuningan Persada Kav-4, Setiabudi, Jakarta Selatan Indonesia. Lokasi tersebut merupakan sasaran lokasi strategis bagi peneliti karena humas KPK berada di kantor pusat dan disana peneliti akan mendapatkan informasi yang resmi dan akurat.

### **1.7.2. Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian adalah pedoman yang menjadi dasar bagi para saintis dan peneliti di dalam mencari fakta-fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukannya (Arifin, 2012:146). Paradigma penelitian akan menempatkan seorang peneliti diposisi mana dia memilih sudut pandang, cara berpikir, hingga cara melakukan sesuatu sehubungan dengan pemilihan paradigma itu sendiri.

Paradigma penelitian yang digunakan ialah Konstruktivisme, dimana ini memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Kenyataan itu bersifat ganda, dapat dibentuk, dan merupakan satu keutuhan. Kenyataan ada sebagai hasil bentukan dari kemampuan berpikir seseorang. Pengetahuan hasil bentukan manusia itu tidak bersifat tetap tetapi berkembang terus. Penelitian kualitatif berlandaskan paradigma konstruktivisme yang berpandangan bahwa pengetahuan itu bukan hanya merupakan hasil

pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti.

Selaras dengan hubungan yang dijalin oleh Humas KPK dengan Pers merupakan suatu kenyataan yang dibentuk dengan sengaja, bukan atas dasar realitas natural, namun perlu adanya kegiatan manusia agar terbentuk adanya hubungan yang harmonis antara PR dengan mitranya. Kegiatan tersebut adalah segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan Pers seperti konferensi pers, wisata pers, wawancara pers, berita pers, dan lain sebagainya.

### **1.7.3. Pendekatan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan pendekatan kualitatif yang merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kualifikasi lainnya (Ruslan, 2003:212).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena hasil penemuan menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya mengenai aktivitas *press relations* biro humas KPK dengan menggunakan analisis bukan dibahas dengan angka-angka. Maka dari itu, wawancara serta observasi digunakan sebagai salah satu teknik dalam mengumpulkan data sedalam-dalamnya.

### **1.7.4. Metode Penelitian**

Metode pengkajian yang dilakukan dalam penelitian ini ialah melalui metode studi deskriptif, dimana penelitian ini hanya

memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Metode deskriptif ditujukan untuk: (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Kriyanto, 1992:25).

Sementara itu tipe penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Melalui metode penelitian ini peneliti akan menggambarkan kondisi, situasi atau berbagai fenomena yang berkaitan dengan aktivitas humas lembaga Komisi Pemberantasan Korupsi dalam menjalin *press relations* (Bungin, 2007:68).

#### **1.7.5. Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumber utama dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu. Adapun dalam penelitian ini, yang dipergunakan untuk

mengumpulkan data primer yaitu melalui wawancara mendalam dan observasi langsung.

Data Sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan. Adapun dalam penelitian ini, data sekunder didapat dari studi literasi berupa buku, jurnal ilmiah, berita di media cetak maupun media elektronik, dan lainnya.

#### **1.7.6. Sumber Data**

Sumber data didasarkan atas jenis data yang telah ditentukan, yaitu data primer dan data sekunder. Data pada penelitian ini diperoleh dari narasumber atau *informan* yang berasal dari pihak-pihak yang terkait dengan lembaga KPK.

Data primer dibagi menjadi dua metode yaitu data yang diperoleh dari sumber langsung atau sumber utama (*key informan*) dan data yang diperoleh dari sumber tambahan yang berkaitan dengan kegiatan pers.

Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari sumber utama yang berasal dari kepala bagian serta staf Biro Hubungan Masyarakat Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) melalui wawancara serta data tambahan diperoleh dari beberapa wartawan atau jurnalis media yang

berhubungan dengan kegiatan-kegiatan atau peliputan terkait dengan lembaga KPK.

Data sekundernya didapat dari dokumen-dokumen resmi baik majalah, buku-buku referensi lainnya di Perpustakaan KPK yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder disini dimaksudkan untuk melengkapi data-data yang kurang jelas.

#### **1.7.7. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah teknik dalam mengumpulkan data yang diperlukan dan digunakan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut.

- a. Wawancara (*interview*) adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (*tape recorder*). Tipe wawancara yang dilakukan adalah menggunakan *depth interview* (wawancara secara mendalam) yang dilakukan oleh peneliti dengan narasumber untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan kegiatan humas KPK dalam membina hubungan dengan pers. Penulis menggunakan teknik wawancara karena dinilai sangat efektif dalam menggali informasi seputar kegiatan humas KPK yang berhubungan dengan pers. Selain itu, wawancara dilakukan

dengan tatap muka dan tanya jawab langsung dengan pihak humas sehingga penulis dapat mengetahui situasi serta keadaan di lapangan.

- b. Observasi (*observation*) merupakan kegiatan mengamati secara langsung mengenai suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti adalah pengamatan yang tidak berstruktur, artinya peneliti mengumpulkan data dan informasi seputar *press relations* yang dijalankan humas lembaga KPK.

#### **1.7.8. Analisis Data**

Analisis data pada penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif. Jika dalam penelitian kuantitatif analisis datanya berbentuk angka-angka atau statistik maka dalam penelitian kualitatif analisis datanya berbentuk kata-kata atau kalimat, gambar, dan bukan berbentuk angka.

Setelah semua data pada penelitian terkumpul, peneliti kemudian melakukan analisis data dengan data-data yang diperoleh langsung melalui kegiatan wawancara yang dilakukan dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan permasalahan peneliti, melakukan observasi langsung, kemudian data-data tersebut dianalisis. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Kategorisasi dan klasifikasi data

Tahapan ini merupakan penyeleksi terhadap data yang telah terkumpul, kemudian diklasifikasikan berdasarkan sifat ukurannya baik secara kuantitatif maupun kualitatif dalam arti dan fungsi tertentu dalam data itu.

b. Reduksi data

Reduksi data itu berdasarkan hasil dari kategori yang dipaparkan tadi, kemudian hasil dari reduksi disesuaikan dengan observasi, sehingga diharapkan akan lebih memberikan gambaran yang sangat detail tentang masalah yang akan diteliti.

c. Interpretasi dan penarikan kesimpulan

Pada tahap data terkumpul dilakukan verifikasi sesuai dengan bobot permasalahan yang menjadi startig penelitian, hasil dari verifikasi itu selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan.

uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG