

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA SUKABUMI DALAM MENJALIN RELASI DENGAN MEDIA

Andi Mulyadi

Abstrak

Penelitian ini berisikan strategi komunikasi dari humas Pemerintah Kota Sukabumi Dalam Menjalin Relasi Dengan Media. Humas memiliki peranan penting dalam setiap lembaga karena humas menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra perusahaan baik itu citra positif maupun citra negatif. Pemerintah Kota Sukabumi merupakan instansi yang banyak memiliki relasi dengan media, semua pemberitaan dari dalam maupun dari luar pemerintahan akan cepat tersebar kepada publik. Penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Sukabumi dan bentuk komunikasi yang dilakukan dengan media cetak maupun elektronik oleh Humas Pemerintah Kota Sukabumi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Humas dan staf Humas Pemerintah Kota Sukabumi dengan jumlah populasi sebanyak 14 orang, jumlah sampel sebanyak 14 orang. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan dan studi lapangan yang terdiri dari observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik kualitatif sehingga upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, pengorganisasian data, memilah-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Penelitian ini diharapkan dapat dipublikasikan dalam jurnal bernomor ISSN dan dijadikan bahan untuk mengikuti call papers serta menjadi refrensi bahan ajar dalam ilmu komunikasi.

Kata Kunci : Strategi komunikasi, Bentuk Komunikasi relasi media

PENDAHULUAN

Humas Pemerintah memiliki fungsi mengedukasi masyarakat untuk meningkatkan citra dan reputasi, membangun jembatan sosialisasi yang baik, hubungan yang menguntungkan serta kepercayaan. Humas memiliki peranan penting dalam setiap lembaga karena humas menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra perusahaan baik itu citra positif maupun citra negatif. Dalam membentuk citra suatu lembaga, humas biasanya memiliki relasi yang luas. Selain itu humas juga berupaya bagaimana untuk menjalin hubungan baik dengan media. Media merupakan publik *eksternal* yang menjadi sarana komunikasi antar humas dengan publik mengenai kebijakan-

kebijakan yang ada pada suatu perusahaan tersebut.

Hubungan harmonis dengan media harus diupayakan, baik secara personal maupun institusional. Tujuannya selain memudahkan alur informasi organisasi. Hubungan yang harmonis akan meminimalkan informasi yang cenderung negatif. Hubungan secara personal berkaitan dengan berhubungan dengan khalayak secara langsung, begitu pula yang dilakukan dengan Humas Pemerintah Kota Sukabumi dengan berbagai media baik media cetak maupun dengan tv swasta.

Fungsi humas sendiri tidak dapat terlepas dari opini publik, karena salah satu fungsi humas adalah menciptakan opini publik yang memiliki kemauan baik (*good will*) dan partisipasi. Kinerja humas dalam

suatu pemerintahan biasanya membantu dalam menjalankan suatu program pemerintahan untuk mencapai tujuan tertentu yang ditargetkan oleh pemerintah. Selain itu, humas pemerintah juga berperan penting dalam membangun dan memberikan informasi baik secara internal maupun eksternal. Bila dilihat secara eksternal, biasanya humas berperan memberikan informasi mengenai kebijakan pemerintah, memberikan sanggahan mengenai suatu pemberitaan yang dapat merugikan pemerintah, dan menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat.

Pemerintah Kota Sukabumi merupakan instansi yang banyak memiliki relasi dengan media, semua pemberitaan dari dalam maupun dari luar pemerintahan akan cepat tersebar kepada publik. Salah satu contohnya adalah pada saat Kota Sukabumi mendapatkan anugerah kota layak anak ke 4 kalinya, anugerah tersebut di terima langsung oleh Walikota Sukabumi H. Mohammad Muraz, M.M yang diserahkan oleh Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Yohana Yambise pada acara puncak hari anak nasional di Pekanbaru pada akhir bulan juni 2017. Informasi ini di dapat dari republika online dan media koran lokal. Dalam pemberitaan tersebut, informasi tidak semata berasal dari media tersebut, melainkan berita yang di berikan oleh Humas Pemerintah Kota Sukabumi. Wawancara dengan Kassubag Humas Pemerintah Kota Sukabumi, dan beliau mengatakan :“Pemerintah Kota Sukabumi merupakan salah-satu Instansi pemerintahan di Sukabumi yang memiliki humas dengan fokus menjalin hubungan baik dengan media. Terhitung dari saya resmi menjabat sebagai kepala bagian kehumasan”(Hasil wawancara melalui Kepala sub bagian Humas Pemerintah Kota Sukabumi, Benny Mustari, Spd, S.IP. 16 Agustus 2017).

Dari hal wawancara terlihat bahwa Humas Pemerintah Kota Sukabumi yang fokus menjaga hubungan baik dengan media, dan beliau juga mengatakan bahwa bentuk komunikasi yang di lakukan humas

dengan media massa adalah dengan menggunakan *Press Release*, *Press Gathering*, dan *Press Conference* beserta undangan peliputan. Humas membuat *Press Release* setiap harinya dan mengirimkan kepada media cetak. Kegiatan *Press Gathering* seperti ketika Pemerintah Kota Sukabumi membuat acara hari jadi Kota Sukabumi, dan seperti acara syawalan setelah idul fitri dan wartawan di undang sambil bersilaturahmi, pihak Humas Pemerintah melakukan launching tentang prestasi-prestasi Pemerintah Kota Sukabumi kepada media. Untuk kegiatan *Press Conference* pun di lakukan tergantung dari pihak Humas dan protokol yang membuat acara. Jika pihak humas ingin melakukan kerjasama dengan pihak luar baik dalam kota maupun luar kota, wartawan diundang untuk dilakukan jumpa pers.

Bagi praktisi *Public Relations* atau pejabat hubungan masyarakat (Humas), menjalin hubungan yang harmonis dengan media merupakan sebuah hal yang wajib. Humas memiliki peranan penting dalam menjalin hubungan dengan media. Hal tersebut tidaklah keliru, tetapi juga tidak sepenuhnya benar. Memang salah satu tugas yang dipikul seorang humas adalah menghadapi wartawan. Tujuan organisasi menjalin hubungan baik dengan publik bisa beragam, satu di antaranya adalah untuk meningkatkan atau menjaga citra perusahaan di mata publik atau *stakeholder*.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, peneliti, merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Sukabumi dalam menjalin relasi dengan media?
2. Bagaimana bentuk komunikasi dengan media yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Sukabumi?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Sukabumi dalam menjalin Relasi dengan media.
2. Untuk mengetahui bentuk komunikasi dengan media yang di gunakan oleh Humas Pemerintah Kota Sukabumi.

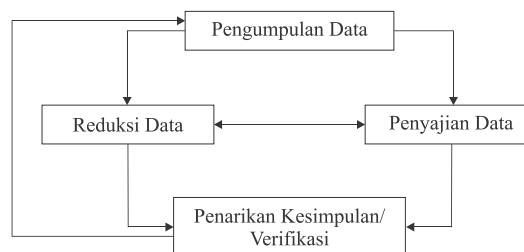
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu kualitatif. Jenis penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang berpola investigasi dimana data-data dan pernyataan di peroleh dari hasil interaksi langsung antara peneliti, objek yang di teliti dan orang-orang yang ada di tempat penelitian. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. (Nazir, Mohammad 2014 : 40). metode kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian seperti prilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara menyeluruh, secara *holistic* dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang di gunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Sehingga dalam penelitian ini cenderung menelah atau meneliti tentang strategi *Public Relation* (PR) Di Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Sukabumi dalam menjalin relasi dengan media. Adapun pengambilan penelitian yang akan diamati dan diteliti yaitu Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Sukabumi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan dokumentasi. Teknik

wawancara yang dilakukan yaitu wawancara langsung kepada pihak badan Humas Pemerintahan Daerah Kota Sukabumi guna mendapatkan informasi yang lebih luas serta mendalam untuk dapat dijadikan bahan pembahasan dari hasil penelitian. Selain itu, dokumentasi yang dilakukan yaitu berupa sumber tertulis seperti buku, bahan laporan dan sebagainya. Dalam penelitian ini penulis akan mencari data-data otentik pendukung, baik dilakukan secara langsung, ataupun didapatkan dari sumber-sumber dari pihak-pihak terkait, di tempat penelitian di lakukan. Selain itu pendokumentasian dalam setiap kegiatan juga sangat penting sebagai bahan tambahan laporan hasil penelitian.



Gambar Analisa Data Kualitatif Milles & Hubbermant

Sumber : Suharsimi:2008

Keabsahan data sangat mendukung dalam menentukan hasil akhir penelitian. Oleh karena itu, diperlukan beberapa teknik untuk memeriksa keabsahan data yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi meliputi: a) triangulasi data, b) triangulasi peneliti, c) triangulasi metodologis, d) triangulasi teoritis. Peneliti ini menggunakan triangulasi data atau sumber.

PEMBAHASAN

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy,2003:301). Membangun relasi harmonis dengan pihak media massa

adalah langkah penting yang harus diambil oleh seorang praktisi PR. Relasi tersebut sifatnya sinergis, saling membutuhkan dan menguntungkan. Pihak media massa membutuhkan organisasi sebagai sumber berita. Sinergi dengan landasan saling percaya antar kedua pihak akan melahirkan hubungan yang saling menguntungkan (Gassing 2016:45).

Seorang praktisi PR harus benar-benar jujur ketika menyediakan fakta bagi media massa. Fakta dengan nilai berita akan lebih disukai, terutama jika sangat relevan dengan kepentingan banyak orang. Media massa juga membutuhkan fakta yang eksklusif agar menarik minat masyarakat. Termasuk narasumber yang eksklusif, misalnya pemimpin organisasi. Disini, seorang praktisi PR harus mampu menjadi perantara yang seimbang karena reputasi organisasi dipertaruhkan. (Gassing, 2016 : 50).

Sebagai dua institusi yang berbeda, pasang surut hubungan antara PR dengan media massa bukan hal yang aneh. Pasang surut hubungan ini terjadi karena adanya perbedaan mendasar terkait orientasi. (Gassing 2016 : 55)

1. Orientasi *Public Relations*

Setiap langkah PR adalah manifestasi visi dan misi organisasi. Tugas dan fungsi PR adalah membangun opini publik untuk menciptakan citra positif. Oleh sebab itu, semua informasi dan kerja PR adalah berita dengan nuansa positif dan sangat jarang bernada negatif. Jika ada, berita semacam ini berbentuk ucapan permintaan maaf dan penyesalan sebuah kesalahan. Walaupun isi berita bernuansa negatif, PR harus mengemasnya sedemikian rupa sehingga nilai lebih di mata publik tetap terjaga. Menjadi sangat wajar, apabila PR berusaha menutupi berita negatif.

2. Orientasi Media

Orientasi media adalah *bad news is a good news*. Bagi media, berita buruk dari sebuah organisasi adalah berita baik untuk konsumsi publik. Maksudnya, publik akan lebih tertarik

kepada berita atau informasi yang menimbulkan sensasi. Misalnya, berita tentang korupsi, bencana alam, kecelakaan, konspirasi politik, perebutan kekuasaan, perselingkuhan dan lain-lain. Selain itu, *man makes news*, adalah prinsip lain dari media. Artinya, orang atau profesi tertentu yang terkenal dimata publik adalah sumber berita yang ideal.

Untuk menjaga hubungan harmonis, praktisi PR dan media massa harus saling memahami tugas masing-masing secara dewasa. Bagi PR, hubungan yang harmonis dengan media massa memberikan banyak keuntungan. Media massa dengan nama besar akan memberikan jangkauan publikasi organisasi yang lebih luas. Jika memberikan kesan yang baik, organisasi akan dengan mudah mendapatkan tempat di ruang-ruang berita media massa. Misalnya, media massa akan dengan senang hati membuat liputan, ulasan dan profil yang menarik untuk organisasi yang mau bekerja sama (Ruslan, Rosady 2008 :40)

Dalam upaya mempublikasikan dan meningkatkan citra pemerintahan di kota Sukabumi, upaya yang dapat dilakukan Humas dan Protokoler Sekretariat Kota Sukabumi adalah dengan membangun image yang positif dalam relasi dengan masyarakat kota Sukabumi. Lebih lanjut untuk meningkatkan citra, dapat dilakukan dengan langkah yang disampaikan oleh Djanaid (2003) bahwa untuk menciptakan citra yang baik diperlukan beberapa bentuk kerjasama dengan media massa yaitu :

1. Mengadakan kunjungan ke kantor redaksi atau kantor-kantor berita untuk berkenalan dan menjalin hubungan baik. Mengundang wartawan untuk berkunjung ke kantor, bentuk ini dapat dilakukan di restoran sambil makan-makan.
2. *Konferensi pers*
Suatu pertemuan antara satu organisasi/perorangan dengan pers.

3. *Pers tour*

Kegiatan mengajak wartawan meninjau keadaan lapangan dari kegiatan suatu organisasi.

4. Kursus latihan wartawan

Program ini bertujuan menambah wawasan tentang suatu masalah, misalnya hukum, politik, ekonomi, atau masalah-masalah yang bersifat teknis lainnya.

5. Sponsor artikel

Suatu bentuk kegiatan publikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi melalui penulisan artikel/berita.

6. Wawancara pers

Bentuk kegiatan ini dalam rangka kepentingan dengan wartawan surat kabar secara khusus. Inisiatif wawancara ini adalah dari pihak wartawan sendiri, baik atas inisiatif sendiri maupun atas perintah pemimpin redaksi.

7. Iklan

Bentuk kegiatan ini dalam rangka kepentingan suatu perusahaan/instansi. Dapat dalam bentuk pengumuman, promosi dan lain-lain. Untuk itu instansi yang bersangkutan dikenakan biaya menurut ketentuan.

Peranan *Public relation* dahulu dan saat ini selalu mengalami perubahan, dahulu PR berperan sebagai even organizer. Sedangkan saat ini, seorang *public relation* harus bisa membuka peluang dalam membangun investasi dan membaca peluang pasar serta pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. Salah satu peranan dari *public relation* adalah memperoleh opini publik yang *favourable*. Seperti telah diketahui sebelumnya bahwa opini publik dapat berubah setiap saat. Dengan kata lain opini publik itu dapat dibentuk atau dipengaruhi untuk mencapai salah satu tujuan utama kegiatan *public relation*, yaitu mendapat *goodwill* dari masyarakat, untuk itu diperlukan suatu usaha tersendiri untuk mempengaruhi opini publik tersebut.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

- a. Strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Sukabumi dalam membangun relasi dengan media, adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pers/media. melaksanakan rencana dan kebijakan yang telah ditetapkan dengan kreatifitas dan inovasi yang tinggi. Guna membangun dan meningkatkan citra yang lebih baik maka Public Relation harus meningkatkan peranannya yaitu dengan meningkatkan opini dan *image* yang lebih baik. Rangkaian kegiatan ini awalnya tidak dekat atau tidak mengenal satu sama lain, kini hubungan mereka menjadi lebih akrab, ini sesuai dengan teori penetrasi sosial, yang menyatakan bahwa hubungan antar dua individu atau lebih berkembang dari asalnya yang dangkal atau tidak intim, menjadi lebih personal atau lebih intim. Menurut teori ini interaksi melewati empat tahap yang dianalogikan dengan lapisan kulit bawang yakni, tahap pertama sebagai lapisan kulit pertama merupakan orientasi, tahap kedua atau lapisan kulit kedua adalah afektif dan eksploratif, tahap ketiga atau ketiga pertukaran tahap afektif dan tahap keempat atau kulit keempat pertukaran yang stabil.
- b. Bentuk Komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Sukabumi, Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, komunikasi diwujudkan dalam bentuk bagaimana humas berinteraksi dengan media-media yang ada di wilayah Kota Sukabumi. Interaksi tersebut dilakukan dengan mengedepankan adanya kesepahaman antara Humas Pemerintah Kota Sukabumi dengan media massa sehingga informasi-informasi yang diinginkan tersampaikan kepada masyarakat dan mencapai sasaran sesuai dengan

maksud dan tujuan pemerintah. Dalam menjalankan komunikasi, humas memiliki peran menjaga agar kelangsungan relasi antara pemerintah dengan masyarakat dan khususnya dengan media massa dapat terjalin dengan baik. Hubungan yang terjalin dengan baik dapat membangun kepercayaan timbal balik dan juga saling menghormati serta tercapainya penyampaian informasi yang akurat.

Ada empat bentuk kegiatan yang diterapkan oleh Humas Pemerintah Kota Sukabumi adalah sebagai berikut :

1. *Press Conference*

Press Conference sering kali di laksanakan sesudah mengadakan suatu acara yang bersifat resmi seperti penyampaian informasi-informasi penting, menjelaskan suatu masalah yang sedang terjadi atau yang disebut klarifikasi. Dalam kegiatan *Press Conference* disertakan juga *Press Release* untuk narasumber dan pers yang bertujuan untuk menguatkan hasil dari kegiatan *Press Conference*, dengan demikian informasi yang diberikan akan menjadi jelas dan diharapkan pers dapat mempublikasikannya.

2. *Press Release*

Bentuk kegiatan yang paling sering dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Sukabumi adalah membuat *Press Release* setelah melakukan liputan.

Data dari hasil liputan akan diolah humas yang ditujukan kepada masyarakat agar mudah dimengerti isinya.

3. *Press Tour*

Press Tour ini merupakan kegiatan dimana para wartawan dari berbagai media diajak untuk mengunjungi suatu acara peresmian atau event-event tertentu yang berhubungan dengan pemerintahan.

4. *Press Gathering*

Pihak humas melakukan upaya dalam mewujudkan hubungan harmonis dengan media. Salah satu cara yang ditempuh yaitu dengan melaksanakan *Press Gathering*.

SARAN

Adapun saran yang ingin disampaikan penulis adalah :

1. Dalam melakukan hubungan dengan media, terutama dengan wartawan sebagai awak media, humas harus bisa menjaga dan memelihara hubungan yang telah tercipta dengan baik, dan juga selalu bertukar informasi dengan wartawan agar tidak terjadi kesimpang-siuran informasi.
2. Hendaknya humas mengembangkan strategi yang digunakan agar tujuan dari humas dapat tercapai dengan lebih cepat dan hasilnya akan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Djanaid, Djanalis. 2003. *Publik Relation Dalam Teori dan Praktek*. Edisi VII (Revisi). Indopurels Training. Malang.
- Lattimore. 2010. *Public Relation Profesi & Praktek*. Selemba Humanika.
- Meinanda, Teguh. 2008. *Tanya Jawab Dasar-Dasar Publik Relation*. Cetakan Kedua, Armico. Bandung.
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT.BPK Gunung Mulia
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relatoins & Media. Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- _____. 2005. *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2009. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.