

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang masalah**

*Public Relations* (PR) atau Hubungan Masyarakat (HUMAS) DPRD merupakan PR atau humas pemerintah, tugas pokok bertindak sebagai komunikator, membantu (*back up*) mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi / lembaga pemerintahan, membangun hubungan baik dengan berbagai publik dan hingga menciptakan citra serta opini masyarakat yang menguntungkan. Berazaskan prinsip hubungan pers diharapkan dapat membangun reputasi PR atau humas sebagai orang yang dapat dipercaya.

*Public Relations* (PR) atau Hubungan Masyarakat (HUMAS) bukan sekedar memperoleh kemenangan, atau mendekati pers dengan tujuan untuk memperoleh suatu pemberitaan. Lebih dari itu, PR atau humas mengandalkan strategi dalam membina hubungan dengan pers sehingga citra lembaga DPRD Kabupaten Kuningan dipercaya oleh khalayak

Strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. Ahmad s. Adnanputra, Presiden Institut Bisnis dan Manajemen Jayakarta, memberikan batasan pengertian tentang strategi PR atau humas adalah “Alternatif optimal yang dipilih

untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* atau humas dalam kerangka suatu rencana (*public relations plan*)”.<sup>1</sup>

Sedangkan, strategi *media relations* menurut Yosol Iriantara adalah sekumpulan kebijakan dan taktik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan kegiatan *media relations* khususnya, dan PR atau Humas pada umumnya yang tentunya diacukan pada tujuan organisasi.<sup>2</sup>

Saat ini keberadaan PR atau humas DPRD Kabupaten Kuningan terbagi menjadi dua sebagai protokoler dan kehumasan. Kurangnya sosialisasi Keputusan Bupati Kuningan (Tupoksi) Humas dan Protokol No. 188.45/kep.07-org/2004 dalam pasal 8 dan 9, menyebabkan kurangnya pemahaman tentang pentingnya peran dan fungsi PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan. Selain itu keterbatasan optimalisasi SDM mempengaruhi hubungan pers dengan PR atau Humas sebatas membagikan informasi hasil sidang para dewan tanpa disertai *press release*. Selama ini Pers, LSM dan pihak-pihak yang membutuhkan informasi bertindak langsung mewawancarai narasumber. Kebanyakan Pers lebih suka menunggu narasumber di *lobby* dari pada ikut hadir dalam persidangan. Peran *Public Relations* atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan dalam kondisi seperti ini lebih banyak defensif dan kurang harmonis.

Kurangnya kepercayaan pers sebagai pihak pengguna jasa kehumasan terhadap peran SDM PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan. Hal ini disebabkan tidak adanya persyaratan baku yang terinci dari Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Kabupaten Kuningan terhadap Pegawai Negeri Sipil untuk menjadi praktisi PR atau Humas pemerintah. Latar belakang pendidikan PR atau Humas pemerintah dari berbagai disiplin ilmu, dan terbatasnya anggaran seminar / pelatihan, salah satu faktor

---

<sup>1</sup> Rosady Ruslan, 2005, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta; PT RajaGrafindo Persada, hal.123-124

<sup>2</sup> Yosol Iriantara, 2005, *MEDIA RELATIONS Konsep, Pendekatan dan Praktik*, Bandung; PT Simbiosis Rekatama Media, hal.90

kurang memadainya potensial keahlian SDM praktisi PR atau Humas pemerintah. Hal tersebut diasumsikan sebagai faktor-faktor yang menyebabkan kurang optimalnya fungsi dan peran PR atau Humas DPRD kabupaten Kuningan sebagai pemberi informasi terhadap pihak eksternal.<sup>3</sup>

Padahal, dalam Era Orde Reformasi adalah kebebasan berekspresi ditandai kebebasan pers, kebebasan menerbitkan media pers di daerah kabupaten dan kebebasan masyarakat untuk mengekspresikan pikiran dan perasaannya. Masyarakat bebas mendapatkan informasi dan bebas menyiarkan informasi yang dimiliki daerah Kabupaten Kuningan. Hal ini akan memungkinkan kedekatan masyarakat dengan pembuat dan pemegang kebijakan secara langsung melalui saran dan masukan, mengoreksi, melancarkan kritik, bahkan berujung rasa. Bila hal ini terjadi tidak menutup kemungkinan pihak pers siap dengan berita untuk liputannya di media massa.<sup>4</sup>

Sedangkan, bagian PR atau Humas Pemerintah Daerah (PEMDA) yang berada di lingkup Sekretariat Daerah (Setda) Kabupaten Kuningan secara umum dibentuk untuk menginformasikan, mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan dan hasil-hasilnya. Memberi informasi secara teratur tentang sosialisasi program kerja dan peraturan-peraturan atau kebijakan, mengklarifikasi berita-berita negatif serta memberi pengertian kepada masyarakat. PR atau Humas Sekretariat Daerah (Setda), juga harus memungkinkan untuk memberikan masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi masyarakat kebijakan institusi, baik yang telah dilaksanakan, sedang dilaksanakan atau yang akan dilaksanakan.

Melalui Keputusan Bupati Kuningan No. 188.45/kep.07-org/2004 dalam pasal 18,19,20, dan 21. Tercantum tugas pokok Sekretariat Daerah (Setda) di bidang

---

<sup>3</sup> Ibid., Wawancara dengan bapak Andi Mursyid, Kabag Humas DPRD kabupaten Kuningan

<sup>4</sup> Ibid., Wawancara dengan bapak Andi Mursyid, Kabag Humas DPRD kabupaten Kuningan

kehumasan untuk melaksanakan program membuat panduan, petunjuk teknis di bidang pengumpulan informasi, pemberitaan, komunikasi dan publikasi, dokumentasi kegiatan Pemerintah Kabupaten (Pemkab) dan melaksanakan kegiatan sandi dan telekomunikasi. PR atau Humas juga berperan dalam membina lembaga-lembaga resmi masyarakat, merumuskan kebijakan dalam memfasilitasi penerangan masyarakat berdasarkan peraturan yang berlaku.

Tantangan PR atau Humas ke depan adalah masyarakat Kabupaten Kuningan yang majemuk juga jangkauan wilayah kerja yang begitu luas. Dari kondisi objektif saat ini, PR atau humas masih dianggap sebelah mata dan kurang profesional, apalagi dukungan peralatan bagian PR atau Humas sangat terbatas dan menganggap peran PR atau Humas hanya sebagai juru bicara (jubir).<sup>5</sup>

PR atau Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan serta masyarakat, tidak mungkin melepaskan diri dari fenomena yang timbul akibat gerakan reformasi, melubernya informasi dan diterapkannya kebijakan otonomi daerah. Akhirnya arus informasi timbal balik pun memungkinkan makin deras. Mengingat eksistensi kehumasan di tiap-tiap instansi bila melekat pada situasi seperti ini senantiasa harus melakukan upaya untuk menyamakan persepsi sekaligus menyediakan ruang koordinasi dengan berbagai pihak termasuk hubungan dengan pers..<sup>6</sup>

Hubungan pers (*press relations*) adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi PR atau Humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Purbawisesa bulletin, 2006, *Eksistensi dan Tantangan Kehumasan*, Kuningan; edisi pertama januari, hal 26.

<sup>6</sup> Wawancara dengan bapak Andi Mursyid, Kabag Humas DPRD kabupaten Kuningan

<sup>7</sup> Frank Jefkins, 1992, *Public Relations edisi keempat*, Jakarta ; PT Erlangga, hal. 98

Inti hubungan pers adalah proses memberi dan melayani, bukannya meminta sesuatu, kepada kalangan pers yang harus dijalani oleh para petugas PR atau humas. Pers dan PR atau humas saling membutuhkan. Pers membutuhkan informasi dari PR atau Humas. Sedangkan PR atau Humas membutuhkan pers sebagai mitra yang akan dapat menunjang berbagai macam kegiatan PR atau Humas dalam rangka mencapai tujuan-tujuan kehumasan. Dengan menyajikan segala bantuan kepada kalangan pers, maka para praktisi PR atau Humas akan dapat memetik manfaat berupa dukungan dan berbagai kemudahan dalam menyebarkan berbagai pesan PR atau Humas kepada pihak yang terkait yaitu publik internal dan publik eksternal, demi menciptakan pengetahuan dan pemahaman khalayak mengenai segala aspek organisasinya.<sup>8</sup>

Melalui strategi unit atau program kerja PR atau Humas pemerintah, lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umum. Salah satunya membina hubungan dengan pers diharapkan pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas atau kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya melalui liputan media massa. Pada akhirnya akan tercipta suatu opini dan citra yang menguntungkan.<sup>9</sup>

Menurut John D. Millett dalam bukunya, *Management in Public Service the Quest for Effective Performance*, artinya PR atau Humas dalam dinas instansi / lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya, yaitu sebagai berikut: mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*), kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi / lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh

---

<sup>8</sup> Frank Jefkins, op.cit., 125

<sup>9</sup> Ibid.,98

pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*), kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*), memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga / instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what an agency is doing*).<sup>10</sup>

Dengan demikian, PR atau Humas pemerintah mempunyai peran ganda yaitu fungsi keluar berupa memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi / lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran melalui hubungan pers, sedangkan ke dalam wajib menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama.

Melihat fenomena-fenomena yang telah diuraikan di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, berkenaan membina hubungan dengan Pers (*press and media relations*). Harapannya dapat terjalin hubungan harmonis antara Pers dengan PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan, khususnya sebagai mitra kerja dalam memberikan pelayanan informasi (*informations.services*).

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pers (*press and media relations*)?”.

---

<sup>10</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 338

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui “strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pers (*press and media relations*)”.

### **1.4 Signifikan Penelitian**

#### **1.4.1 Akademis**

Penelitian ini dapat menerapkan teori ilmu kehumasan serta aplikasinya sesuai ilmu yang diperoleh dari proses perkuliahan. Hal ini, sebagai tambahan informasi di bidang ilmu komunikasi khususnya strategi Humas dalam membina hubungan dengan pers (*press and media relations*).

#### **1.4.2 Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, dalam strategi membina hubungan dengan pers dan media. Selain itu memberikan pemahaman terhadap pemerintah tentang pentingnya penegasan fungsi dan peran PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat secara optimal.

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Pengertian Komunikasi**

Ilmu komunikasi dikatakan bersifat interdisipliner, memanfaatkan ilmu-ilmu lain yang berada dalam rumpun ilmu-ilmu sosial. Selain itu ilmu komunikasi dikatakan juga bersifat multidisipliner, memanfaatkan ilmu-ilmu lain yang berada di luar rumpun ilmu-ilmu sosial. Obyek materi ilmu komunikasi adalah sama dengan ilmu-ilmu sosial lainnya, yakni manusia dilihat dari sisi tingkah laku dan perilaku sosialnya. Sedangkan obyek forma ilmu komunikasi, yakni bagaimana objek materia manusia itu disoroti, mengkaji tentang penyampaian pesan yang dilakukan manusia dalam kehidupan sosialnya.

Kata “komunikasi” berasal dari dari bahasa Latin, *communis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Stuar, 1983). dalam hal ini yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti : untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi; untuk membuat tahu; untuk membuat sama; dan untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik. Sedangkan dalam kata benda (*noun*), *communication*, berarti: pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi; proses pertukaran di antara individu-individu



melalui sistem simbol-simbol yang sama; seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan; dan ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi (Stuart, 1983)<sup>11</sup>.

Raymond S. Rogers “Komunikasi (*intensional*) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator<sup>12</sup>

Definisi komunikasi diatas mengisyaratkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap suatu tindakan yang disengaja (*intentional act*) untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain.<sup>13</sup>

Komunikasi timbal balik atau dua arah tidak semudah yang kita duga. Praktisi *Public Relations* (PR) atau Humas selaku praktisi komunikasi harus berfikir proaktif, membuat ‘kendali komunikasi’ berada ditangan sendiri. Sebagai ahli komunikasi, mulailah dari tujuan akhir, dengan gambaran yang jelas atas hasil akhir dari efek komunikasi yang sesuai harapan. Memahami motif-motif komunikasi dan diwujudkan pada komunikan.<sup>14</sup>

Praktisi PR atau Humas senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas dari apakah fakta itu hitam, putih, atau abu-abu. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta. Para personelnnya kini jauh lebih

---

<sup>11</sup> Dani Vardiansyah, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta ; PT Ghalia Indonesia, hal.3

<sup>12</sup> Deddy Mulyana, 2002, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung ; PT Remaja Rosdakarya, hal.62

<sup>13</sup> Deddy Mulyana, *op.cit.*,61

<sup>14</sup> Dani Vardiansyah, *op.cit.*,135

dituntut untuk mampu menjadikan orang-orang lain memahami sesuatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaga yang diwakilinya.<sup>15</sup>

Citra dari sesuatu tidak selamanya mencerminkan kenyataan yang sesungguhnya, karena citra semata-mata berbentuk berdasarkan informasi yang tersedia. Dengan demikian informasi yang benar, akurat, tidak memihak, lengkap dan memadai itu benar-benar penting bagi munculnya citra yang tepat yaitu *image* atau kesan positif.

Citra PR atau Humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Citra tidak seyogianya “dipoles agar lebih indah dari warna aslinya”, karena hal itu justru dapat mengacaukannya. Pemolesan citra (yang tidak sesuai dengan fakta yang ada) pada dasarnya tidak sesuai dengan hakikat PR atau Humas itu sendiri. Segala macam usaha pemolesan citra harus dihindari dalam rangka menegakkan kredibilitas PR atau Humas.

Perlu disadari media massa cenderung mencurigai PR atau Humas. Pers senantiasa begitu kritis untuk memastikan bahwa keterangan-keterangan PR atau Humas yang mereka terima memang benar dan sama sekali bebas polesan.<sup>16</sup>

## **2.2 Pengertian dan Strategi *Public Relations* atau Humas**

Definisi PR atau Humas menurut (British) *Institute of Public Relations* (IPR) adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”

Definisi PR atau Humas hasil dari pertemuan asosiasi-asosiasi *Public Relations* seluruh dunia di Mexico City, Agustus 1978, bahwa “Praktek kahumasan adalah

---

<sup>15</sup> M. Linggar Anggoro, 2002, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta ; PT Bumi Aksara, hal.59

<sup>16</sup> Frank Jefkins, 1992, *Public Relations edisi keempat*, Jakarta ; PT Erlangga, hal.20

suatu seni sekaligus suatu disiplin ilmu sosial yang menganalisa berbagai kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekuensi darinya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, serta menerapkan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya<sup>17</sup>.

Beberapa definisi PR atau Humas terdapat kesamaan dalam unsur-unsur utamanya. Unsur-unsur utama definisi PR atau Humas yaitu menyangkut: fungsi manajemen melekat yang menggunakan penelitian dan perencanaan yang mengikuti standar-standar etis; suatu proses yang menyangkut hubungan timbal balik antara organisasi dan publiknya; analisis dan evaluasi melalui penelitian lapangan terhadap sikap, opini, dan kecenderungan sosial, serta mengkomunikasikannya kepada pihak manajemen / pimpinan; konseling manajemen untuk dapat memastikan kebijaksanaan dan tata cara kegiatan dapat dipertanggungjawabkan secara sosial dan dalam konteks demi kepentingan bersama bagi kedua belah pihak; pelaksanaan program aktivitas yang didalamnya terdapat perencanaan, pengkomunikasian dan penerimaan dari pihak publiknya, dan pengevaluasian; perencanaan dengan itikad yang baik saling pengertian, (internal dan eksternal) sebagai hasil akhir dari aktivitas *public relations* atau Humas<sup>18</sup>

Para pengeritik PR atau Humas sering mengatakan bahwa PR atau Humas itu adalah sesuatu yang tidak nyata sehingga hasilnya pun mustahil untuk diukur. Satu-satunya alasan mengapa hasil-hasil dari kegiatan-kegiatan PR atau Humas tidak bisa diukur adalah tidak adanya tujuan yang menjadi pedoman atau patokan pengukuran. PR atau Humas yang tidak nyata pada dasarnya bersumber dari kegiatan-kegiatan

---

<sup>17</sup> Frank Jefkins, op.cit., 9

<sup>18</sup> Rosady Ruslan, 2005, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta ; PT RajaGrafindo Persada, hal 17

kehumasan yang tidak terencana dan tanpa tujuan yang pasti. Sedangkan, PR atau Humas yang nyata sesungguhnya adalah PR atau Humas yang mampu menghasilkan suatu manfaat berarti sehingga senantiasa efektif bila ditinjau dari segi biaya. Tentunya hal ini memerlukan strategi *Public Relations* atau Humas.<sup>19</sup>

Ahmad S. Adnanputra, pakar PR atau Humas dalam naskah workshop berjudul *PR Strategy* (1990), mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. Batasan Strategi *Public Relations* atau Humas adalah “Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* atau Humas dalam rangka suatu rencana *public relations* (*public relations plan*).

Sebagaimana diketahui PR atau Humas bertujuan untuk menegakkan dan mengembangkan suatu “Citra yang menguntungkan” (*favorable image*) bagi organisasi terhadap para *stakeholdersnya* sasaran yang terkait yaitu publik internal dan publik eksternal. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi kegiatan PR atau Humas semestinya diarahkan pada upaya menggarap persepsi para *stakeholder*, akar sikap tindak dan persepsi mereka. Konsekuensinya, jika strategi penggarapan itu berhasil maka akan diperoleh sikap tindak dan persepsi yang menguntungkan dari *stakeholder* sebagai khalayak sasaran. Pada akhirnya akan tercipta suatu opini dan citra yang menguntungkan<sup>20</sup>

Adapun tahap-tahap kegiatan strategi *public relations* atau Humas:

*Pertama*, komponen sasaran, umumnya adalah para *stakeholder* dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Sasaran umum tersebut secara struktural dan

---

<sup>19</sup>M. Linggar Anggoro, 2002, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta ; PT Bumi Aksara, hal. 70

<sup>20</sup>Rosady Ruslan, 2005, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta ; PT RajaGrafindo Persada, hal.123-125

formal yang dipersempit melalui upaya segmentasi yang dilandasi “seberapa jauh sasaran opini bersama (*common opinion*), potensi polemik, dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian sasaran khusus”. Maksud sasaran khusus di sini adalah yang disebut publik sasaran (*target public*).

*Kedua*, komponen sarana pada strategi PR atau Humas berfungsi untuk mengarahkan ketiga kemungkinan tersebut ke arah posisi atau dimensi yang menguntungkan. Hal tersebut dilaksanakan melalui pola dasar “*The 3-C’s option*” (*Conservation, Change* dan *Crysttization*) dari stakeholder yang disegmentasikan menjadi publik sasaran.

#### Komponen

#### Strategi *Public Relations* atau Humas

1. Mengukuhkan (*conservation*) - Terhadap opini yang aktif-pro (*proponen*)
2. Mengubah (*change*) - Terhadap opini yang aktif-Contra (*oponen*)
3. Mengkristalisasi (*crystallization*) - Terhadap opini yang pasif (*un-commited*)<sup>21</sup>

Setelah memilih salah satu komponen sarana atau perpaduan dari sarana strategi PR atau Humas tersebut di atas melalui jalur taktikal, selanjutnya ditentukan sarana taktikal atau strategi PR atau Humas melalui program dan fungsi-fungsi manajemen PR atau Humas. Hal tersebut dilakukan dengan merujuk kepada salah satu atau perpaduan strategi: program pendekatan dengan cara membeli / *purchasing*, jalur penekanan / kekuasaan (*pressure/power*), jalur meujuk (*persuasive*), dan hingga taktik merangkul (*patronage*).<sup>22</sup>

Landasan umum dalam proses penyusunan strategi *public relations* atau Humas, menurut Ahmad S. Adnanputra dalam makalah “*PR Strategy*” (1990), yang berkaitan

---

<sup>21</sup> Ibid.,125

<sup>22</sup> Rosady Ruslan,op.cit.,129

dengan fungsi-fungsi PR atau Humas secara integral melekat pada manajemen suatu lembaga yaitu, sebagai berikut.<sup>23</sup>

1. Mengidentifikasi permasalahan yang muncul
2. Identifikasi unit-unit sasarannya.
3. Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sasarannya.
4. Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran.
5. Pemilihan opsi atau unsur taktikal strategi *public relations* atau Humas.
6. Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijaksanaan atau peraturan pemerintahan dan lain sebagainya.
7. Menjabarkan strategi *public relations* atau Humas, dan taktik atau cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan, dilaksanakan, menkomunikasikan, dan penilaian / evaluasi hasil kerja.

### **2.2.1 Komponen Pembentuk Strategi *Public Relations* atau Humas<sup>24</sup>**

Setelah melalui tahapan penyelesaian studi kasus dan penyusunan program taktikal dan strategi *public relations* atau Humas perlu diketahui komponen-komponen “pembentuk strategi korporat, suatu strategi dipengaruhi oleh unsur-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi atau arah, tujuan dan sasaran dari suatu pola yang menjadi dasar budaya lembaga yang bersangkutan yaitu:

- a. Secara makro, lingkungan lembaga tersebut akan dipengaruhi oleh unsur-unsur: kebijakan umum (*public policy*), budaya (*cultur*) yang dianut, sistem perekonomian dan teknologi yang dikuasai oleh organisasi yang bersangkutan.

---

<sup>23</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 130

<sup>24</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 131

- b. Secara mikro, tergantung dari misi lembaga, sumber-sumber dimiliki (sumber daya manusia dan sumber daya rencana atau program dalam jangka pendek atau jangka panjang, serta tujuan dan sasarannya yang hendak dicapai.

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa untuk mengokohkan dan memantapkan fungsi kehumasan agar mengenai sasaran lembaga, maka aktivitas utama secara Operasional PR atau Humas seharusnya berada di posisi yang sedekat mungkin dengan pimpinan puncak organisasi (*top management*). Manfaat yang dapat dicapai dari kedekatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengetahuan yang jelas dan rinci mengenai suatu sistem terpadu, pola perencanaan, kebijakan, keputusan yang diambil, visi dan arah tujuan organisasi. Hal ini perlu agar tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian pesan dan informasi dari lembaga kepada publiknya.

Komunikator dan mediator PR atau Humas harus mengetahui sejauh mana batas-batas pesan / informasi yang dapat dipublikasikan, atau pesan / informasi yang tidak bisa diungkapkan secara terbuka kepada publiknya, khususnya kepada kalangan pers / media

2. Agar aktivitas PR atau Humas dalam mewakili lembaga / organisasi tersebut dapat dipertegas berkenaan dengan batas-batas wewenang dan tanggung jawab dalam memberikan keterangan (sebagai juru bicara). Kemudian kegiatan PR atau Humas akan selalu mengetahui secara jelas segi pelaksanaan dari keputusan atau kebijaksanaan pimpinan organisasi.
3. Mengetahui secara langsung dengan tepat tentang “latar belakang” suatu proses perencanaan, kebijaksanaan, arah dan hingga tujuan organisasi yang hendak dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

4. Dengan berhubungan secara langsung dan segera dengan pimpinan puncak, tanpa melalui perantara pejabat / departemen lain, maka fungsi kehumasan berlangsung secara optimal, antisipatif dan dapat melaksanakan berbagai macam perencanaan. Peranan komunikasi atau dengan kewenangan yang ada akan mampu mengatasi berbagai masalah yang mungkin akan timbul tanpa diduga sebelumnya.
5. Sebagai suatu akibat yang ditimbulkan dari keputusan yang diambil dan kebijaksanaan telah dijalankan oleh pihak lembaga, maka pihak PR atau Humas berperan melakukan tindakan mulai dari memonitor, merekam, menganalisa, menelaah hingga mengevaluasi setiap reaksi (*Feedback*), khususnya dalam upaya penilaian sikap tindak serta mengetahui persepsi masyarakat (*public acceptance or non public acceptance*).
6. Dapat secara langsung memberikan sumbang saran, ide dan rencana atau program kerja kehumasan dalam rangka untuk memperbaiki, atau mempertahankan nama baik, kepercayaan dan citra perusahaan terhadap publiknya. Termasuk upaya menjembatani atau menyasikan antara kebijaksanaan / keputusan lembaga dengan kepentingan, dan keinginan serta sekaligus upaya memperoleh dukungan dan partisipasi dari masyarakat (publiknya).<sup>25</sup>

*Public Relations* (PR) atau Humas berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara pejabat PR atau Humas dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan

---

<sup>25</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 132



bersama. Fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan atau strategi *Public Relations* atau Humas.<sup>26</sup>

a. Strategi operasional

Melalui pelaksanaan program PR atau Humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (*sociologi approach*), melalui mekanisme *social cultural* dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat di berbagai media massa.

Artinya pihak PR atau Humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (*listening*), dan bukan sekedar mendengar (*hear*) mengenai aspirasi yang ada di dalam masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut.

b. Pendekatan persuasif dan edukatif

Fungsi PR atau Humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan *persuasive*, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

c. Pendekatan tanggung jawab sosial *Public Relations* atau Humas

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sarannya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

---

<sup>26</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 133

d. Pendekatan kerja sama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun hubungan ke luar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerja sama. *Public Relations* atau Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar diterima oleh atau mendapat dukungan masyarakat (publik sasarnya). Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (*community relations*), dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutual understanding*)

e. Pendekatan koordinatif dan *integrative*

Untuk memperluas peranan PR atau Humas di masyarakat, maka fungsi PR atau Humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga / institusinya. Tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan Ketahanan Nasional di bidang politik, ekonomi, sosial budaya (poleksosbud) dan Hankamnas.<sup>27</sup>

Berkaitan dengan penjelasan langkah-langkah pokok dari berbagai aspek pendekatan dan strategi komunikasi *public relations* atau Humas dalam upaya untuk menjalin berbagai hubungan positif dengan publik internal dan publik eksternal tersebut diatas, dapat ditarik suatu pengertian yang mencakupi peranan PR atau Humas di berbagai kegiatan di lapangan, yaitu:<sup>28</sup>

1. menginformasikan (*to inform*);
2. menerangkan (*to explain*);
3. menyarankan (*to suggest*);
4. membujuk (*to persuade*);

---

<sup>27</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 134

<sup>28</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 135

5. mengundang (*to invite*);
6. meyakinkan (*to convince*).<sup>29</sup>

### **2.2.2 Strategi Membina Hubungan dengan pers (*press and media relations*)<sup>30</sup>**

Strategi membina hubungan dengan pers (*press and media relations*) adalah sekumpulan kebijakan dan taktik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan kegiatan dalam membina hubungan dengan media khususnya, dan PR atau Humas pada umumnya yang tentunya diacukan pada tujuan organisasi. Sehingga tujuan membina hubungan dengan pers / media akan terkait dengan tujuan organisasi.

Pada umumnya, tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan membina hubungan dengan pers / media selalu dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu :

1. Meningkatkan kesadaran pada publik.
2. Mengubah sikap, misalnya mengubah sikap dari anti menjadi netral dan dari netral menjadi mendukung terhadap tindakan yang dilakukan organisasi.
3. Mendorong tindakan, misalnya mendorong untuk mendukung kebijakan organisasi.

Tujuan-tujuan tersebut di atas dapat dicapai dengan menggunakan media massa mengingat kemampuan media massa untuk melakukan ketiga hal itu.

Strategi tersebut kemudian dikembangkan menjadi taktik yang melahirkan prinsip-prinsip kegiatan yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Taktik merupakan perincian cara untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

---

<sup>29</sup> Ibid.,135

<sup>30</sup> Yosai Iriantara, 2005, *MEDIA RELATIONS Konsep, Pendekatan dan Praktik*, Bandung; PT Simbiosis Rekatama Media, hal.90

Taktik-taktik yang dikembangkan dari strategi sebuah organisasi untuk mencapai tujuan meliputi :

1. Terus menerus mengembangkan materi PR atau Humas untuk media massa.
2. Menggunakan berbagai media yang ada untuk menyampaikan pesan kepada publik.
3. Membangun dan memelihara kontak dengan media massa
4. Memosisikan organisasi sebagai sumber informasi handal untuk media massa dalam bidang tertentu.
5. Memosisikan pimpinan organisasi sebagai juru bicara atau ketua dalam asosiasi profesi atau asosiasi perusahaan sejenisnya.
6. Selalu berkoordinasi dengan bagian-bagian lain dalam perusahaan sehingga selalu mendapatkan informasi muthakhir.

Strategi sebagai rencana dan memberi penjelasan atas metode yang dipakai untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Kegiatan *media relations* sebagai salah satu kegiatan PR atau Humas, dilaksanakan melalui tahapan-tahapan dalam proses PR.

Empat langkah yang biasa dilakukan dalam proses PR atau Humas menurut Cultip dan Center :<sup>31</sup>

#### 1. *Fact Finding* (Definisikan Permasalahan)

Dalam tahap ini PR atau Humas perlu melibatkan diri dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu PR atau Humas perlu memantau dan membaca terus pengertian, opini, sikap dan perilaku mereka yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan organisasi. Pada tahap ini ditentukan “*What’s happening now?*”.

---

<sup>31</sup> Rhenald Kasali, 1994, *MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta; PT Pustaka Utama Grafiti, hal.84

## 2. Perencanaan dan Program

Pada tahap ini PR atau Humas sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah-langkah pemecahan atau pencegahan. langkah-langkah itu dirumuskan dalam bentuk rencana dan program, termasuk anggarannya. PR atau Humas penting untuk mendapatkan dukungan penuh dari pimpinan, karena kemungkinan langkah yang diambil akan sangat strategis dan melibatkan keikutsertaan banyak bagian. Tahap ini akan memberi jawaban atas pertanyaan “*What should we do and why?*”.

## 3. Aksi dan Komunikasi

Aksi dan komunikasi harus dikaitkan dengan objective dan goals yang spesifik. Tahap ini menjawab pertanyaan “*How do we do it and say it?*”.

## 4. Evaluasi Program

Tahap ini melibatkan pengukuran atas hasil tindakan. Pengukuran ini menjawab pertanyaan “*how did we do?*” .

Proses *media relations* melalui tahapan-tahapan yang mencakup sebagai berikut:<sup>32</sup>

- a. Perencanaan (merupakan usaha untuk mewujudkan sesuatu agar terjadi atau tidak terjadi pada masa depan, termasuk memperhitungkan tindakan yang akan dilakukan dan sumber daya manusia serta sumber daya *financial* yang diperlukan).
  1. Dimana posisi organisasi kita saat ini?
  2. Siapa khalayak sasaran kita?
  3. Apa yang kita inginkan atau apa tujuan kita?
  4. Bagaimana mencapai tujuan itu?
  5. Taktik apa yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut?
  6. Bagaimana kita mengevaluasinya?

---

<sup>32</sup> Yosai Iriantara, 2005, *MEDIA RELATIONS Konsep, Pendekatan dan Praktik*, Bandung; PT Simbiosis Rekatama Media, hal.47-67

- b. Pengorganisasian (memprioritas dari temuan penelitian / data / informasi, yang kemudian dikooordinasikan).
1. SDM yang mengkoordinasikan pembuatan rencana operasional *media relations* dan pelaksanaan evaluasinya
  2. Mekanisme pengorganisasiannya
  3. Pandangan khalayak terhadap PR atau Humas serta lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat
  4. Isu dan himbauan yang sesuai untuk khalayak PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat
- c. Pengkomunikasian (tindakan pelaksanaan mengacu pada perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya, sehingga pelaksanaan program tidak menyimpang jauh dari objektif yang sudah ditetapkan sebelumnya)
1. Hubungan PR atau Humas dengan media dan proses hubungannya
  2. Prinsip-prinsip hubungan PR atau Humas dengan media
  3. Proses pembinaan hubungan PR atau Humas dengan media
  4. Pemahaman PR atau Humas dalam melayani media dengan baik
  5. Proses PR atau Humas dalam menyediakan salinan verifikasi / pembuktian atas kebenaran setiap materi yang berhubungan dengan kondisi-kondisi lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat
  6. Proses hubungan PR atau Humas dalam memperkuat hubungan personal dengan media
  7. Proses PR atau Humas dalam pengembangan materi untuk media massa
  8. Macam dan bentuk media yang digunakan PR atau Humas dalam menyampaikan pesan kepada publik

9. Proses PR atau Humas dalam membangun dan memelihara kontak dengan media massa
  10. Posisi lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat sebagai sumber informasi handal untuk media massa dalam bidang tertentu
  11. Proses PR atau Humas dalam berkoordinasi dengan divisi lain dalam lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat sehingga selalu mendapatkan informasi muthakhir
- d. Pengontrolan (upaya membangun sistem peringatan dini bila terjadi penyimpangan program dari tujuan yang sudah ditetapkan)
1. SDM yang melaksanakan program komunikasi PR atau Humas, sehingga berlangsung dengan baik dan efektif
  2. SDM yang mengontrol program komunikasi PR atau Humas
- e. Evaluasi (sangat penting keberlanjutan atau perbaikan program / kegiatan pada masa depan)
1. Tujuan atau sasaran kegiatan komunikasi PR atau Humas yang hendak akan dicapai lewat program ini melalui komponen-komponen komunikasinya
  2. Mekanisme yang digunakan untuk mengevaluasi program PR atau Humas dalam membina hubungan dengan pers / media, dan SDM yang melakukan evaluasi sebagai mengukur *output* komunikasi
  3. Proses mengukur hasil kegiatan / program, dan dampak komunikasi PR atau Humas melalui strategi membina hubungan dengan pers / media
  4. Proses mengukur evaluasi kegiatan PR atau Humas berhubungan dengan pencapaian tujuan lembaga DPRD Kabupten Kuningan Jawa Barat, sehingga dapat dikatakan proses strategi PR atau Humas dalam membina hubungan pers / media dengan proses organisasi saling menunjang satu sama lain.

### **2.3 Public Relations (PR) atau Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintahan**

*Public Relations* atau Humas dalam lembaga pemerintah (departemen, lembaga nondepartemen, Badan Usaha Milik Negara/BUMN) merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka penyebaran informasi tentang kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat. Pelayanan dan sikap yang baik sangat penting demi terciptanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.

*Public Relations* atau Humas pemerintah bertugas memberikan informasi penjelasan kepada khalayak / publik mengenai kebijakan dan langkah-langkah / tindakan yang diambil oleh pemerintah serta mengusahakan tumbuhnya hubungan yang harmonis antara lembaga/instansi dengan publiknya yang memberikan pengertian kepada publik masyarakat tentang apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintah.<sup>33</sup>

Keberadaan unit kehumasan di sebuah lembaga atau instansi milik pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang sesuatu kegiatan atau aktivitas instansi yang ditujukan baik untuk hubungan masyarakat ke dalam, maupun kepada masyarakat luar pada umumnya. *Public Relations* atau Humas dapat merupakan suatu alat atau saluran (*The PR as tools or channels of government publication*) untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan nasional melalui kerja sama dengan pihak pers, media cetak atau elektronik dan hingga menggunakan media tradisional lainnya.

*Public Relations* atau Humas adalah bertindak sebagai komunikator, membantu (*back up*) mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi / lembaga pemerintahan,

---

<sup>33</sup> F Rachmadi, 1992, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta ; PT Gramedia Pustaka Utama, hal.77



membangun hubungan baik dengan berbagai publik dan hingga menciptakan citra serta opini masyarakat yang menguntungkan. *Public Relations* atau Humas mempunyai peran ganda: yaitu fungsi keluar berupa memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan ke dalam wajib menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama.<sup>34</sup>

#### **2.4 Fungsi dan Tugas *Public Relations* atau Humas Pemerintah**

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas *Public Relations* atau Humas yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah adalah tidak adanya unsur komersial. *Public Relations* atau Humas pemerintah lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umum. Melalui unit atau program kerja PR atau Humas, pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas atau kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya.

Menurut John D. Millett dalam bukunya, *management in Public Service the Quest for Effective Performance*, artinya *Public Relations* atau Humas dalam dinas instansi / lembaga ke pemerintahannya terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya, yaitu sebagai berikut.<sup>35</sup>

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desire and aspiration*).

---

<sup>34</sup>Rosady Ruslan, op.cit.,...339

<sup>35</sup>Rosady Ruslan, loc.it.,.337-338

2. Kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*)
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga pemerintahan (*informing and about what an agency is doing*)

Menurut Dimock dan Koenig (1987), pada umumnya tugas-tugas dari pihak *Public Relations* atau Humas instansi pemerintahan yaitu sebagai berikut: <sup>36</sup>

1. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut.
2. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program pembangunan di berbagai bidang, sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas keamanan nasional.
3. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Fungsi pokok *Public Relations* atau Humas Pemerintah Indonesia pada dasarnya, antara lain sebagai berikut.

1. Mengamankan kebijaksanaan pemerintah

---

<sup>36</sup> Ibid.,338

2. Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasional kepada masyarakat.
3. Menjadi komunikator dan sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak, dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak.
4. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Peran taktis dan strategi kehumasan pemerintah, menyangkut beberapa hal sebagai berikut:<sup>37</sup>

1. Tugas secara taktis jangka pendek, PR atau berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum, dan khalayak tertentu sebagai target sarannya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, dan kemudian memotivasi, atau mempengaruhi opini masyarakat dengan usaha untuk “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan sasaran instansi / lembaga yang diwakilinya.
2. Tugas strategis (jangka panjang) PR atau Humas, yakni berperan serta secara aktif dalam proses pengambil keputusan (*decision making process*), memberikan sumbang saran, gagasan dan hingga ide-ide cemerlang serta kreatif dalam menyukseskan program kerja lembaga / instansi dan hingga pembangunan nasional. Terakhir bagaimana upaya untuk menciptakan citra atau opini masyarakat yang positif.

---

<sup>37</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 340

Dalam menunjang (*Supporting of PR government activities*) diperlukan Peran ganda PR atau Humas pemerintah, yaitu sebagai pelaksanaan tugas dan fungsi aparat kehumasan pemerintah. Kemampuan pejabat PR atau Humas Pemerintah harus menguasai permasalahan yang dihadapi oleh instansinya, diantaranya:<sup>38</sup>

1. Kemampuan untuk mengamati dan menganalisis persoalan yang menyangkut kepentingan instansinya atau khalayak yang menjadi target sarannya.
2. Kemampuan melakukan hubungan komunikasi timbal balik yang kreatif, dinamis, efektif, saling mendukung bagi kedua belah pihak dan menarik perhatian terhadap audiensinya.
3. Kemampuan untuk mempengaruhi dan menciptakan pendapat umum (opini publik) yang menguntungkan lembaga.
4. Kemampuan untuk menjalin hubungan baik atau kerjasama, dan saling mempercayai dengan berbagai pihak yang terkait.

Dalam rangka menunjang pelaksanaan tugas dan fungsi kehumasan tersebut diatas, ada beberapa kegiatan yang dihadapinya, secara rutin, yaitu sebagai berikut:<sup>39</sup>

- a. Kemampuan membangun dan membina saling pengertian antara kebijaksanaan pimpinan lembaga / instansi dengan khlayak eksternal dan internal.
- b. Sebagai pusat pelayanan dan pemberian informasi, baik bersumber dari instansi / lembaga maupun berasal dari pihak publiknya.
- c. Menyelenggarakan pendokumentasian setiap ada publikasi dan peristiwa dari suatu kegiatan atau acara penting di lingkungan instansi / lembaga.
- d. Mengumpulkan berbagai data dan informasi yang berasal dari berbagai sumber, khususnya yang berkaitan dengan kepentingan lembaga / instansi atau mengenai pembentukan opini publik.

---

<sup>38</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 341

<sup>39</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 342

- e. Kemampuan membuat produk publikasi PR atau Humas, misalnya klipring, *press release*, *news letter*, majalah *Public Relations* internal, bulletin, brosur, poster dan lain sebagainya.

Sesuai SK Menpen No.31/1971, yaitu tugas dan fungsi Bakohumas (Badan Koordinasi Kehumasan pemerintah), antara lain sebagai berikut:<sup>40</sup>

1. Membantu Menteri Penerangan RI dalam menetapkan kebijaksanaan pembinaan hubungan yang lancar dan harmonis antara masyarakat dan pemerintah.
2. Mengadakan koordinasi, integrasi, sinkronisasi, dan kerjasama antara PR atau Humas Departemen dan Lembaga Pemerintah / Negara.
3. Merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan kehumasan sesuai dengan kebijaksanaan pemerintah.

Kegiatan Bakohumas, selain mengadakan pertemuan berkala antara para anggotanya, yaitu kegiatan menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan khusus serta menambah wawasan berpikir.

Profesi Bakohumas kedinasan pemerintah diharapkan mampu:<sup>41</sup>

- a. Mengetahui kegiatan pada masing-masing lembaga pemerintahan, kemudian saling tukar-menukar informasi, dan lembaga Bakohumas diharapkan dapat berperan sebagai forum konsultasi, komunikasi dan hingga pertemuan rutin bagi para pejabat *Public Relations* atau Humas
- b. Mengadakan kontak pribadi antar pejabat *Public Relations* atau Humas, sehingga akan mempermudah koordinasi hubungan kedinasan dan kerja PR atau Humas pada masing-masing instansi pemerintah

---

<sup>40</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 342

<sup>41</sup> Ibid., 342

- c. Upaya untuk meningkatkan profesionalis bagi staf anggota Bakohumas, baik di bidang teknis maupun bidang manajemen operasional kehumasan dalam upaya melancarkan kegiatan penerangan.

Tugas dan fungsi *Public Relations* atau Humas yang berpedoman pada *Two ways traffic of communication*, adalah sebagai berikut.<sup>42</sup>

- a. Berorientasi demi kepentingan tujuan politis dan birokratis pemerintahan.
- b. Memberikan penerangan dan pendidikan ke masyarakat umum tentang kegiatan pemerintah dan pelaksanaan program kerja pembangunan nasional.
- c. Meyakinkan masyarakat atau memasyarakatkan tentang maksud dan tujuan peraturan, langkah-langkah serta kebijaksanaan pemerintah yang ada.
- d. Menyampaikan atau memonitor tentang pendapat umum agar peraturan dan perundang-undangan itu senantiasa berdasarkan kenyataan dan dapat diterima oleh masyarakat.
- e. Menyampaikan informasi atau pesan tentang keinginan-keinginan, aspirasi, pendapat dan persepsi masyarakat kepada pemerintah. Memonitor tanggapan (*feed back*) masyarakat sebagai input atau masukan berguna yang kemudian disampaikan kepada instansi.
- f. Mengajak atau membujuk masyarakat umum agar lebih aktif dalam peran sertanya menunjang program pembangunan, perekonomian, masalah bidang-bidang Sospolbud, Hankamnas, kepedulian pada lingkungan hidup dan alam, serta pariwisata.
- g. Turut menyukseskan lebih spesifik mengenai program KB (Keluarga Berencana), Pajak, Kadarkum (Kesadaran Hukum), Kampanye Pemilu, Pekan Imunisasi

---

<sup>42</sup> Rosady Ruslan, op. cit., 344

Nasional (PIN), Cinta Rupiah serta produksi dalam negeri, dan hingga Disiplin Nasional dan lain sebagainya.<sup>43</sup>

## 2.5 Pengertian, dan Fungsi Pers

### 2.5.1 Pengertian Pers

Pers adalah media untuk menyalurkan kegiatan, sedangkan jurnalistik adalah bentuk kegiatannya. Kegiatan jurnalistik dapat juga disalurkan melalui media massa lainnya seperti: radio, televisi dan film. Sehingga dikenal adanya bentuk-bentuk jurnalistik radio, jurnalistik televisi, dan jurnalistik film.

Jurnalistik dapat diartikan juga sebagai pengetahuan tentang penyiaran catatan harian dengan segala aspeknya, mulai dari kegiatan mencari, mengolah, dan penyebarluasan catatan harian.

Jurnalistik secara garis besar dibagi atas: *news* dan *views*. Yang termasuk dalam klasifikasi *news* adalah: *straight news* dan *feature news*.<sup>44</sup>

*Straight news* terbagi dalam:

1. *interpretative report* (laporan penafsiran atau ulasan)
2. *matter of fact* (pemaparan fakta)
3. *reportage* (reportase)

*Feature news* terbagi dalam:

1. *travel features* (paparan wisata)
2. *scientific feature* (paparan ilmiah)
3. *biographical and personality features* (paparan tentang tokoh)
4. *human interest features* (paparan hal-hal yang manusiawi), dan lain sebagainya.

*Views* dapat dibagi dalam:

---

<sup>43</sup> Ibid.,344, Jakarta

<sup>44</sup> F.Rachmadi, 1996, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta ; PT Gramedia Pustaka Utama, hal.95

1. editorial (tajuk rencana)
2. *special articles* (artikel utama)
3. *feature articles* (artikel penunjang), dan
4. *column* (ulasan kolom)

Fungsi Jurnalistik adalah:

- a. Memberikan informasi
- b. Menginterpretasikan
- c. Membimbing/mendidik
- d. Menghibur<sup>45</sup>

## 2.5.2 Fungsi Pers

### 2.5.2.1 Secara Umum

Pers berfungsi memberikan informasi, penyebaran pengetahuan, unsur mendidik dan menghibur bagi para pembacanya.

### 2.5.2.2 Secara Khusus

Pers berfungsi:

- a. Mempengaruhi (*influence*) opini masyarakat
- b. Melakukan sistem pengawasan sosial (*sosial control*)
- c. Memiliki kekuatan (*power of press*)
- d. Dimensi fungsi-fungsi khusus pers di negara maju sering disebut *the fourth estate* atau merupakan kekuatan keempat.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Ibid.,95

<sup>46</sup> Rosady Ruslan, 2005, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan aplikasi*, Jakarta ; PT RajaGrafindo Persada, hal. 165



## 2.6 Definisi Hubungan Pers “*press and media relations*”

Hubungan pers (*press relations*) adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi *Public Relations* atau Humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Hubungan pers ternyata tidak hanya terkait dengan kalangan pers (media cetak), melainkan juga semua bentuk media lainnya, media bioskop, media elektronik seperti radio, dan televisi. Hubungan pers merupakan perangkat pendukung atau alat-alat *Public Relations* atau Humas.<sup>47</sup>

Hubungan media dan pers (*Media and Press Relations*) merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi *Public Relations* atau Humas dengan pihak publik. Karena peranan hubungan media dan pers dalam kehumasan tersebut dapat sebagai saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan maka upaya peningkatan pengenalan (*awareness*) dan informasi atau pemberitaan dari pihak publikasi *Public Relations* atau Humas merupakan prioritas utama. Hal tersebut dikarenakan salah satu fungsi pers adalah kekuatan pembentuk opini (*power of opinion*) yang sangat efektif melalui media massa.

Di samping itu, kerja sama dengan pers akan menghasilkan frekuensi publisitas yang cukup tinggi. Dampak pemberitaan tersebut baik bersifat *stimultaneity effect* (efek keserempakan), efek dramatisir, atau efek publisitas tinggi, dan memiliki pengaruh yang luar biasa besarnya terhadap pembentukan opini publik dalam waktu

---

<sup>47</sup> Frank Jefkins, 1992, *Public Relations edisi keempat*, Jakarta ; PT Erlangga, hal.98

yang relatif singkat, sehubungan dengan jumlah pembaca atau audiensi yang tersebar di berbagai tempat atau kawasan dalam waktu bersamaan.<sup>48</sup>

Aktivitas *Public Relations* atau Humas dan korelasinya dengan *Media and Press Relations* dalam hal teknik pembuatan produk-produk publikasi, informasi dan berita dalam bentuk *Press Release*, *Photo Press*, *News Letter*, menimbulkan konsekuensi keharusan praktisi *Public Relations* atau Humas menguasai teknik penulisan jurnalistik dan presentasi. Ditambah lagi tuntutan untuk mampu mengelola dan membina hubungan baik dengan para pemimpin redaksi, pengasuh (redaktur), wartawan atau reporter (*Media and Press Relationship*) dari berbagai media massa. Sekaligus bertindak sebagai manajer komunikasi dalam hal mengadakan kontak pers (*press contact*) misalnya melalui *press conference*, *press tour*, *press briefing*, *press interview*, baik secara resmi maupun melalui pendekatan-pendekatan pribadi seperti *press personal approach* dan *informal press gathering* atau perayaan Natal dan Berbuka Puasa bersama

*Press relations* adalah “Suatu kegiatan khusus dari pihak *public relations* atau Humas untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan, atau informasi tertentu mengenai kreativitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk dan hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif.”<sup>49</sup>

Dari hasil kerjasama inilah diharapkan terciptanya suatu opini publik yang positif sekaligus memperoleh “citra yang baik” pula dari pihak publik sebagai khalayak sasaran (*target audience*) dan masyarakat luas lainnya.

---

<sup>48</sup> Rosady Ruslan, .loc.it., 160

<sup>49</sup> Ibid., 160

Di lapangan, dalam pelaksanaan hubungan media dan pers terdapat semacam “*take and give*” yang mau tidak mau akan menimbulkan konotasi negatif. Sering pula terjadi kolusi antara pejabat *Public Relations* atau Humas dengan media (wartawan) dan staf redaksi atau produksi, dengan memberikan “amplop” sebagai imbalan publikasinya (*press release* dan *press conference*) karena beritanya dimuat. Perbuatan tersebut jelas merusak dan melanggar kode etik *Public Relations* atau Humas dan nilai-nilai profesionalisme. Dalam hukum pun perbuatan tersebut dikategorikan sebagai penyuapan dan pelanggaran pidana. Apalagi jika dalam berita yang dimuat itu terdapat unsur perbuatan sengaja (*opzet*) untuk memutarbalikkan fakta yang sebenarnya, menyerang pihak lain atau terdapat unsur fitnah (*laster*), penghinaan tertulis (*smaad schrift*) dan sebagainya melalui pemberitaan pers (*druk press misdrijeven* atau *delict press*).<sup>50</sup>

Tujuan pokok diadakannya hubungan pers adalah “menciptakan pengetahuan dan pemahaman”, bukan semata-mata untuk menyebarkan suatu pesan sesuai dengan keinginan perusahaan / lembaga atau klien demi mendapatkan “suatu citra atau sosok yang lebih indah dari pada aslinya di mata umum”. Tidak seorang pun berhak untuk mendikte apa yang harus diterbitkan atau disiarkan oleh media massa, setidaknya di suatu masyarakat yang demokratis.

Menurut Ivy Ledbetter pelopor konsultasi PR atau Humas di Amerika Serikat, dalam bukunya yang berjudul *Declarations of Principles* tahun 1906 (bukti bahwa usia keberadaan *Public Relations* atau Humas itu lebih tua daripada yang diperkirakan orang pada umumnya), bahwa semua jenis materi pers harus bebas dari nilai-nilai dan kepentingan sepihak. Kriteria kejujuran dan kenetralan itu juga harus dipegang teguh oleh kalangan praktisi *Public Relations* atau Humas. Setiap pesan atau berita yang

---

<sup>50</sup> Ibid.,162

mereka sampaikan kepada masyarakat melalui pers haruslah sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya. Baik buruknya *Public Relations* atau Humas diukur berdasarkan kejujuran dan sikap netralnya. Kepentingan masyarakat, dalam hal ini adalah para pembaca, pendengar dan pemirsa, dengan sendirinya akan positif sehingga perusahaan induk / lembaga / klien PR atau Humas tadi pasti akan memperoleh suatu publisitas yang baik seperti diinginkannya, dan pada saat itulah kepentingan-kepentingannya sendiri akan dapat terpenuhi.<sup>51</sup>

## 2.7 Membina Hubungan Pers

Hubungan Pers, menurut Cutip and Center (Prentice-Hall, New Jersey, 1982:384) mengatakan:<sup>52</sup>

1. *Good media relationship are earned through honest, helpful news service provided in an atmosphere of mutual respect and condor.*

Hubungan media yang baik sangat dapat diraih melalui kejujuran dan pelayanan terhadap media yang sangat membantu, yang dibangun dalam atmosfer saling terbuka dan menghormati.

2. *Good relationship can best be achieved by the practice of few basic principles, consist of: Shoot squarely, give service, don't beg of carp, don't ask for informations skill, don't publicity flood the media and keep updated list.*

Sebuah hubungan yang baik akan dapat diraih melalui beberapa prinsip dasar yang terdiri dari: tidak memihak, memberikan bantuan, tidak mencari kesalahan, tidak menanyakan pertanyaan yang menjebak, tidak membanjiri media dengan publisitas dan terus menerus melakukan pembaruan.

Secara garis besar, pengertian hubungan media pers sebagai berikut:

---

<sup>51</sup> Frank Jefkins, loc.it.,99,

<sup>52</sup> Rosady Ruslan,op.cit.,164

“Hubungan yang baik dengan pihak media massa tersebut dibangun melalui suatu kejujuran, serta mau membantu untuk pelayanan pemberian informasinya yang diperlukan dalam suasana saling menghormati, dan adanya keterusterangan”.<sup>53</sup>

Cara menciptakan Hubungan Pers yang Baik menurut Cutlip and Center (1982), upaya dalam pembinaan hubungan pers yang harmonis pada dasarnya. Sebagai berikut:<sup>54</sup>

- a. Sikap saling menghargai antar kedua belah pihak (*mutual appreciation*).
- b. Saling pengertian tentang peran, fungsi, kewajiban dan tugas sesuai dengan etika profesinya masing-masing (*mutual understanding*).
- c. Saling mempercayai akan peran untuk kepentingan bersama dan tidak untuk kepentingan sepihak (*mutual confidence*)
- d. Sikap saling toleransi dari kedua belah pihak (*tolerance*).

Dirinci lebih jauh bahwa praktisi PR atau Humas harus mampu membangun hubungan pers yang lebih serasi (*good press relationship*). Diharapkan akan tercipta suatu hubungan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak (*mutual symbiosis*).

Prinsip *good pers relationship* adalah sebagai berikut:<sup>55</sup>

- a. Sikap yang terus terang dan ramah, tetapi tetap tegas dan konsekuen, serta profesional.
- b. Saling memahami fungsi, kewajiban serta tugas profesi yang tengah disandang serta keterikatan mereka kepada “kode etik profesinya” masing-masing.
- c. Saling mengenal baik, cukup akrab antara kedua belah pihak baik secara individual maupun fungsional, namun tetap menjaga jarak demi terpeliharanya ketertiban, dan demi menjaga kerahasiaan perusahaan / lembaga.

---

<sup>53</sup> Ibid.,164

<sup>54</sup> Rosady Ruslan, op.cit.,170

<sup>55</sup> Rosady Ruslan, op.cit.,171

- d. Kenalilah, siapa Pemred (pemimpin redaksi), Wapem-red (wakil pemimpin redaksi), Redpel (redaktur halaman dan para reporter yang bertugas pada setiap bidang atau liputan beritanya).
- e. Meminta kartu nama, biasanya setiap wartawan yang resmi atau bertugas akan dilengkapi dengan Kartu PWI, kartu nama dari pihak pengelola penerbit media bersangkutan.
- f. Tidak mencoba-coba untuk menutupi saluran informasi atau komunikasi ketika PR atau lembaga bersangkutan tengah menghadapi masalah (isu negatif), disamping itu tidak perlu mengemis atau menjilat kepada pihak pers demi menjaga nama baik, *prestise*, publisitas dan citranya.
- g. Menerima kedatangan wartawan dalam rangka peliputan, konfirmasi berita, wawancara dan sebagainya dalam kewajaran, tanpa menunjukkan sikap yang ragu-ragu atau penuh dengan kecurigaan.
- h. Melayani sebaik-baiknya bila ada permintaan *interview* atau wawancara oleh pihak pers, termasuk sifat permintaan yang mendadak dengan catatan agar segala sesuatunya dipersiapkan atau dievaluasi terlebih dahulu dengan memilah informasi mana yang pantas atau tidak pantas untuk disiarkan / publikasikan (demi menjaga ketertiban dan kerahasiaan).
- i. Kirimkanlah kartu ucapan selamat, baik kepada individu maupun lembaga penerbitnya yang berulang tahun, menghadapi Lebaran, Tahun Baru, Natalan dan sebagainya, sebagai tanda penuh perhatian untuk membangun suatu hubungan yang baik bagi kedua belah pihak.<sup>56</sup>
- j. Pemberian iklan *goodwill*, yaitu iklan secara insidentil di luar iklan promosi / komersial, misalnya menampilkan iklan layanan masyarakat yang bekerjasama

---

<sup>56</sup> Ibid., 171

dengan media massa. Bentuk kerjasama lainnya, misalnya menanggulangi korban bencana alam, pelestarian lingkungan sebagainya dalam upaya menarik simpati dan empati dari berbagai pihak.

- k. Membentuk suatu proyek publikasi atau promosi bersama dengan pihak media elektronik atau media cetak, melalui *coverage* televisi tertentu atau penulisan artikel / *featuris (advertorial)* tentang suatu produk atau jasa yang ingin dikampanyekan secara efektif melalui kerja sama antara PR atau Humas dan pers.<sup>57</sup>

### **2.7.1 Prinsip-prinsip Hubungan Pers yang Baik<sup>58</sup>**

Beberapa prinsip umum yang perlu diperhatikan oleh setiap praktisi *Public Relations* atau Humas dalam rangka menciptakan dan membina hubungan pers yang baik.

- a. Memahami dan melayani media: Dengan berbekal semua pengetahuan di atas, maka seorang praktisi PR atau Humas akan mampu menjalin kerja sama dengan pihak media. Ia juga akan dapat menciptakan suatu hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.
- b. Membangun Reputasi: Sebagai Orang yang Dapat Dipercaya: Para praktisi PR atau Humas harus senantiasa siap menyediakan atau memasok materi-materi yang akurat di mana saja dan kapan saja hal itu dibutuhkan. Hanya dengan cara inilah ia akan dinilai sebagai suatu sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya oleh para jurnalis. Bertolak dari kenyataan itu, maka komunikasi timbal balik yang saling menguntungkan akan lebih mudah diciptakan dan dipelihara.

---

<sup>57</sup> Ibid.,171

<sup>58</sup> Frank Jefkins, op.cit.,101

- c. Menyediakan Salinan yang Baik: Misalnya saja menyediakan reproduksi foto-foto yang baik, menarik, dan jelas. Dengan adanya teknologi input langsung melalui komputer (teknologi ini sangat memudahkan koreksi dan penyusunan ulang dari suatu terbitan, seperti siaran berita atau *news release*), penyediaan salinan naskah dan foto-foto yang secara cepat menjadi semakin penting.
- d. Bekerja Sama Dalam Penyediaan Materi: sebagai contoh, petugas PR atau Humas dan jurnalis dapat bekerjasama dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau temu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.
- e. Menyediakan Fasilitas Verifikasi: Para praktisi PR atau Humas juga perlu memberi kesempatan kepada para jurnalis untuk melakukan verifikasi (membuktikan kebenaran) atas setiap materi yang mereka terima. Contoh konkretnya, para jurnalis itu diizinkan untuk langsung menengok fasilitas atau kondisi-kondisi organisasi yang hendak diberitakan
- f. Membangun Hubungan Personal yang Kokoh: Suatu hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerja sama dan sikap paling menghormati profesi masing-masing.<sup>59</sup>

Prinsip-prinsip sebagai landasan praktisi *Public Relations* atau Humas dalam mejalin hubungan dengan pihak pers di lapangan, sebagai berikut:<sup>60</sup>

- a. Mutlak adanya kejujuran, dan keterusterangan.
- b. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pers / media.
- c. Tidak meminta-minta atau mengemis kepada pers / media, misalnya agar *press release* bisa dimuat padahal nilai beritanya tidak ada sama sekali.

---

<sup>59</sup> Ibid., 101

<sup>60</sup> Rosady Ruslan, 2005, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta ;PT RajaGrafindo Persada, hal.165



- d. Tidak menutup saluran informasi, misalnya pihak PR atau Humas mengucapkan, *no comment*, tidak tahu dan tolong jangan dimuat, hingga *Off the record* kepada pihak pers. Kalau ditutup saluran informasi tersebut, maka pers akan mencari informasi tidak resmi, tetapi beritanya tidak dapat lagi terkontrol oleh pihak PR atau Humasnya.
- e. Tidak terlalu membanjiri berbagai publisitas di media massa yang tidak jelas tujuannya atau sasaran yang hendak dicapai.
- f. Selalu meng-*up date* setiap daftar nama reporter, tugas peliputannya, alamat dan telepon redaksi dan sebagainya, agar saling mengenal dengan baik antar kedua belah pihak dalam upaya membangun “*good press relationship*”.

### **2.7.2 Kiat Kerja Sama dengan Pers.**<sup>61</sup>

Kerjasama dalam kegiatan publikasi, *Public Relations* atau Humas sering mengadakan kerjasama dengan pihak pers / wartawan, biasanya diwujudkan melalui dua cara.

#### 1). Kontak formal:

Kontak resmi dengan pihak pers / wartawan adalah yang dapat dikontrol dengan baik (*under controlling*) oleh *Public Relations* atau Humas. Baik mengenai persiapan jalannya konferensi pers, kesatuan kata atau pendapat mengenai tema dan tujuan. Publikasi pemberitaannya di berbagai media massa itu tidak menyimpang jauh dari tema pembicaraan atau keinginan PR atau Humas karena yang mempunyai inisiatif dan mengendalikan berita tersebut sepenuhnya oleh pihak *Public Relations* atau Humas.

---

<sup>61</sup> Rosady Ruslan, op.cit.,179

Kontak resmi atau secara formal, direncanakan dan dilaksanakan oleh pihak *Public Relations* atau Humas dengan pers yang diundang secara resmi dalam *event* (acara) tertentu, dengan menetapkan tema dan tujuan yang hendak dicapai. Acara-acara formal tersebut di antaranya adalah: <sup>62</sup>

a. Konferensi pers

Suatu pertemuan (kontak khusus dengan pihak pers yang bersifat resmi atau disengaja diselenggarakan oleh pejabat PR atau Humas, yang bertindak sebagai narasumber dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang sedang dihadapinya. Diselenggarakan dalam bentuk jumpa pers (*press conference*) yang telah ditetapkan waktu, tempat dan temanya dengan sekelompok wartawan yang masing-masing mewakili berbagai media massa yang didaftar sebagai peserta dan diundang secara resmi.

Maksud dari acara konferensi pers adalah:

- Untuk memberikan suatu informasi, berita, publikasi dan promosi, dan aktivitas PR atau Humas yang dianggap penting untuk diketahui secara luas oleh publik sasarannya, yaitu yang menonjolkan segi pengenalan (*awareness aspect*).
- Menjelaskan suatu peristiwa yang mungkin atau telah terjadi. Salah satu cara PR atau Humas menjelaskannya kepada masyarakat bekerjasama dengan pers. Diharapkan penjelasan melalui media massa tersebut akan muncul saling pengertian dan saling menghargai (*mutual understanding and appreciation aspect*) di masyarakat terhadap peristiwa tersebut.
- Meluruskan atau sekaligus untuk membantah tentang suatu berita negatif yang telah tersiar di media massa (*make something to clear and objective*).

---

<sup>62</sup> Ibid., 179

Biasanya jumpa pers (*press conference*) ditutup dengan acara makan bersama, disuatu tempat yang lebih representatif (hotel, restoran dan perkantoran)

b. Wisata pers<sup>63</sup>

Sejumlah wartawan yang berasal dari berbagai media massa yang telah dikenal baik oleh PR atau Humas diajak wisata kunjungan ke suatu *event* khusus, atau peninjauan ke luar kota bersama dengan pejabat instansi atau pimpinan perusahaan sebagai pengundang (tuan rumah) selama lebih dari satu hari, untuk meliput secara langsung kegiatan tertentu. Misalnya, kunjungan dinas bersama pejabat tinggi negara baik di dalam maupun luar negeri, untuk meliput kegiatan atau konferensi, kongres, seminar dan acara seremonial dan lain sebagainya.

c. Resepsi pers<sup>64</sup>

Pertemuan pers semacam ini, yaitu jamuan pers / wartawan yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal. Ada juga melalui acara ulang tahun perusahaan dan pada keagamaan seperti Berbuka Puasa bersama, Tahun Baru dan Natal bersama antara pihak PR atau Humas dan eksekutif dengan pihak pers pada suatu acara di luar tugas fungsionalnya masing-masing.

Jamuan pers tersebut untuk mengikat hubungan tali silaturahmi yang lebih erat dari kedua belah pihak. Tetapi kadang-kadang, dalam acara tersebut pihak pejabat maupun PR atau Humas lembaga dapat menyisipkan keterangan persnya.

d. Taklimat pers (*Press Briefing*)<sup>65</sup>

Jumpa pers resmi yang dilakukan secara periodik. Biasanya pada awal / akhir bulan atau tahun oleh PR atau Humas dan pimpinan perusahaan, juga pejabat tinggi instansi.

---

<sup>63</sup> Rosady Ruslan, op.cit.,183

<sup>64</sup> Rosady Ruslan, op.cit.,184

<sup>65</sup> Rosady Ruslan, op.cit.,185

Kegiatannya mirip dengan suatu diskusi atau berdialog, saling memberikan masukan atau informasi cukup penting bagi kedua belah pihak. Pihak pers akan diberikan kesempatan untuk menggali seluas-luasnya mengenai suatu informasi, masalah yang sedang aktual dan faktual, kemudian diharapkan wartawan mempunyai pengetahuan lebih baik, misalnya tentang akan diterbitkannya suatu peraturan, UU, atau kebijakan baru oleh pemerintah di masa mendatang. Sebelum kebijakan itu diresmikan, maka wartawan bersangkutan secara teknis diberikan *briefing* (taklimat pers) terlebih dahulu oleh pejabat yang berwenang, agar pemberitaannya di media massa tidak terjadi salah kutip, atau menghindari terjadinya berita-berita yang tidak akurat, baik mengenai jumlah, angka, istilah-istilah teknis dan nama perusahaan atau menyebutkan identitas tokoh personal dan sebagainya.

## 2). Kontak informal.<sup>66</sup>

Kontak tidak resmi dengan pihak pers. Publikasi atau pemberitaan di media massa tidak dapat dikontrol penuh oleh pihak PR atau Humas (*uncontrolled*), karena yang berinisiatif membuat atau, mengendalikan berita ada di tangan pers / wartawan. Apalagi kalau sudah bersifat *perss attack* (serbuan pers) di mana nara sumber atau PR atau Humas dikeroyok ramai-ramai untuk diminta keterangan pers tanpa adanya persiapan sama sekali. Akibatnya berita berkembang di berbagai media massa tanpa terkendali sehingga timbul keterangan pers yang kurang menguntungkan dari segi publikasinya. Kontak tidak resmi ini melalui kegiatan atau acara sebagai berikut :

### a. Keterangan pers (*perss Statement*)<sup>67</sup>

Biasanya keterangan pers di sini bisa dilakukan kapan dan di mana saja oleh narasumber, tanpa ada undangan resmi. Mungkin pemberitahuannya cukup dilakukan melalui telepon. Temu pers banyak dilakukan oleh para politisi, budayawan, pejabat,

<sup>66</sup> Rosady Ruslan, Loc.cit.,180

<sup>67</sup> Rosady Ruslan,op.cit.,185

pengamat, dan intelektual untuk menjelaskan atau memberikan argumentasi tertentu kepada pers. Kalau kurang hati-hati dalam memberikan *press statementnya*, maka hasil pemberitaannya akan dapat menimbulkan polemik, protes dan bantahan dari pihak yang terkena atau kurang setuju atas ucapan dan *press statementnya*.

#### b. Wawancara Pers<sup>68</sup>

Biasanya inisiatif wawancara datang dari pihak pers / wartawan setelah melalui perjanjian atau konfirmasi dengan narasumbernya. Narasumber atau orang yang diwawancara tersebut terbatas, satu atau dua orang untuk diminta pendapat, komentar, keterangan dan sebagainya tentang suatu masalah yang tengah aktual dan faktual di masyarakat.

Hasil wawancara yang dimuat / disiarkan atau tidak di media, hak sepenuhnya ada di tangan pewawancara (redaktur).

#### c. Pertemuan *Press Gathering* (jamuan pers secara in-formal)<sup>69</sup>

Pertemuan pers secara informal, khususnya hubungan (*good relationship*) antara PR atau Humas dan pers / wartawan media massa dalam suatu acara sosial keagamaan dan kreativitas olahraga. Bentuk kontak ini lebih menekankan pendekatan pribadi ke pribadi (*personal to personal approach*), sebagai upaya lebih dekat mengenal satu sama lain. Maksudnya adalah untuk membangun hubungan saling keakraban, saling pengertian, saling mendukung, saling mengenal dan saling menghormati profesi satu sama lain sebagai mitra kerja yang positif.

### 2.7.3 Memahami media<sup>70</sup>

Praktisi *Public Relations* (PR) atau Humas perlu memahami bagaimana surat kabar dan majalah itu diterbitkan, serta bagaimana pula caranya memproduksi program-

<sup>68</sup> Rosady Ruslan, op.cit.,186

<sup>69</sup> Ibid.,186

<sup>70</sup> Frank Jefkins, 1992, *Public Relations Edisi Keempat*, Jakarta ; PT Erlangga, hal.99

program siaran radio dan televisi. Melalui kunjungan-kunjungan ke sejumlah penerbitan, stasiun radio dan studio televisi (rumah produksi yang memasok program-programnya). Memahami suatu media tidak hanya melalui dengan menelepon orang-orang yang terkait dan mengajukan berbagai pertanyaan yang relevan, seperti kapan hari terakhir dari satu minggu atau pada jam berapa dalam satu hari suatu naskah PR atau Humas sudah harus diserahkan ke meja redaksi. Praktisi PR atau Humas tugasnya, yakni berusaha untuk mengetahui segala sesuatunya selengkap mungkin. Mengetahui tenggat atau saat akhir penyerahan naskah, maka suatu saat ia mungkin akan menyodorkan naskah ke redaksi setelah majalah atau surat kabarnya dicetak.

#### **2.7.4 Hal-hal pokok perihal Pers<sup>71</sup>**

Hal-hal penting perihal Pers yang harus diketahui oleh praktisi *Public Relations* atau Humas:

- A. *Kebijakan Editorial*: Hal ini merupakan pandangan dasar dari suatu media yang dengan sendirinya akan melandasi pemilihan subyek-subyek yang akan dicetak atau yang akan diterbitkannya. Misalnya saja, ada koran-koran yang senantiasa memuat ulasan khusus secara singkat mengenai berbagai macam transaksi bisnis yang terjadi setiap hari.
- B. *Frekuensi Penerbitan*: Setiap terbitan punya frekuensi penerbitan yang berbeda-beda; bisa beberapa kali dalam sehari, harian, dua kali seminggu, mingguan, bulanan, atau bahkan tahunan. Jumlah edisi yang diterbitkan dalam satu kali penerbitan juga perlu diketahui oleh para praktisi PR atau Humas.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Frank Jefkins, op.cit.,100

<sup>72</sup> Ibid.,100

- C. *Tanggal Terbit*: Kapan tanggal dan saat terakhir sebuah naskah harus diserahkan ke redaksi untuk penerbitan yang akan datang? Tanggal penerbitan dari suatu media ditentukan oleh frekuensi dan proses percetakannya.
- D. *Proses Percetakan*: Apakah suatu media dicetak secara biasa (*letterpress*), dengan teknik-teknik fotografi, litografi, ataukah fleksografi.
- E. *Daerah Sirkulasi*: Apakah jangkauan sirkulasi dari suatu media itu berskala lokal, khusus di daerah pedesaan, perkotaan, berskala nasional, atau bahkan sudah berskala internasional? Teknologi satelit memungkinkan dilakukannya sirkulasi atau distribusi media secara internasional. Beberapa koran dan majalah yang sudah melakukan sirkulasinya secara internasional adalah *International Herald Tribune*, *Wall Street Journal*, *USA Today*, *Financial Times*, *The Economist*, dan sejumlah surat kabar Cina serta Jepang.
- F. *Jangkauan Pembaca*: Berapa dan siapa saja yang membaca jurnal atau media yang bersangkutan? Seorang praktisi PR atau Humas juga dituntut untuk mengetahui kelompok usia, jenis kelamin, status sosial, minat khusus, kebangsaan, etnik, agama, hingga ke orientasi politik dari khalayak pembaca suatu media.
- G. *Metode Distribusi*: Praktisi PR atau Humas juga perlu mengetahui metode-metode distribusi dari suatu media; apakah itu melalui toko-toko buku, dijajakan secara langsung dari pintu, lewat pos atau sistem langganan, atau secara terkontrol (dikirimkan lewat atas permintaan atau seleksi).

### 2.7.5 Tanggung jawab dan Loyalitas yang saling bertentangan<sup>73</sup>

Praktisi *Public Relations* atau Humas dan jurnalis seringkali terdapat tujuan dan loyalitas yang berlainan, bahkan saling bertentangan.

(A) Praktisi *Public Relations* atau Humas:

1. Tanggung jawab yang utama seorang praktisi PR atau Humas tertuju kepada departemen PR atau Humas internal dan eksternal, selama hal itu tidak bertentangan dengan kode etik kehumasan, segala peraturan hukum yang berlaku, serta kepentingan umum.
2. Tugas pokok seorang praktisi PR atau Humas adalah menjalankan program-program PR atau Humas yang telah direncanakan serta disetujui sebelumnya, dengan tujuan memaksimalkan pengetahuan dan pemahaman khalayak atas produk, sosok keseluruhan atau aspek-aspek lainnya dari organisasi.

(B) jurnalis:<sup>74</sup>

1. Tanggung jawab utama para jurnalis terarah kepada pihak perusahaan penerbit yang segala kebijakannya harus ditaati berdasarkan pengarahan dari seorang editor atau pimpinan redaksi. Pada dasarnya, setiap kebijakan itu dimaksudkan agar perusahaan penerbit yang bersangkutan dapat mencetak laba, baik itu dari hasil penjualan, pemasangan iklan atau kedua-duanya. Namun, sebanyak apapun penghasilan yang diperoleh dari iklan, setiap penerbit berkeinginan agar koran atau majalahnya itu dibeli dan dibaca orang. Oleh karena itu, para jurnalis tetap dituntut menurunkan berita-berita atau *feature* yang baik dan menarik, dalam arti bisa menjadi daya tarik atau alasan bagi masyarakat untuk membelinya.

---

<sup>73</sup> Frank Jefkins, 1992, *Public Relations Edisi Keempat*, Jakarta ; PT Erlangga, hal.102

<sup>74</sup> Ibid., 102



2. Karena adanya tuntutan untuk memuaskan para pembaca, pendengar atau pemirsa, maka para jurnalis akan memuat hal-hal yang akan menarik minat mereka, bukannya apa yang diinginkan oleh praktisi PR atau Humas. Bertolak dari hal itu maka ada kalanya para jurnalis memilih suatu berita yang sama sekali tidak diinginkan oleh praktisi PR atau Humas. Musibah atau skandal yang melanda lembaga pemerintahan, misalnya, merupakan santapan lezat bagi jurnalis, tapi merupakan pil pahit bagi pejabat PR atau Humas dari lembaga yang bersangkutan. Berita-berita tentang kecelakaan, penyelewengan atau persekongkolan, yang selalu mengisi di koran-koran jelas bukan merupakan sesuatu yang menyenangkan bagi petugas PR atau Humas dari organisasi yang terkait. Namun tidak peduli apakah para petugas PR atau Humas dari organisasi senang atau tidak, para pembaca memang lebih menyukai berita-berita semacam itu ketimbang berita-berita yang serius. Oleh sebab itu, para praktisi PR atau Humas harus menyadari bahwa para jurnalis tidak selamanya menjadi sekutu atau sahabat yang menyenangkan. Ini bukanlah pandangan sinis, melainkan praktis dan realistis. Hal inilah yang dikenal sebagai situasi iklan (*adversarial situation*).<sup>75</sup>

Dilihat dari dimensi fungsi *Public Relations* atau Humas akan bertolak belakang dengan fungsi pers.<sup>76</sup>

Publikasi yang berkaitan dengan PR atau Humas bersifat positif. Hal tersebut dilakukan dengan penyebaran informasi atau pesan untuk meningkatkan pengenalan (*awareness*), pengetahuan (*knowledge*), bujukan (*persuasive*), pendidikan (*education*). Semua itu dilakukan sebagai upaya menciptakan citra dan opini masyarakat kepada sesuatu yang positif, serta menghindarkan unsur-unsur pemberitaan atau publikasi

---

<sup>75</sup> Ibid.,102

<sup>76</sup> Rosady Ruslan 2005, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta ; PT RajaGrafindo Persada, hal.166

yang bersifat negatif (*avoid publicities and withdrawal news negative*), sensasional, sehingga dapat menimbulkan keresahan, polemik atau kontroversial di masyarakat. Artinya PR atau Humas harus dapat memilah-milah dengan pasti mana di antara informasi dan publikasi, atau berita tersebut yang boleh *direlease* (disiarkan), atau mana di antara informasi tersebut tidak boleh diketahui secara umum, dan bahkan tertutup untuk kalangan pers / wartawan.

## 2.8 Bentuk Hubungan Pers<sup>77</sup>

Hubungan pejabat *Public Relations* (PR) atau Humas dengan media dan pers dapat berbentuk hubungan fungsional maupun pendekatan personal.

### a. Kontak pribadi (*Personal contact*)

Pada dasarnya, keberhasilan pelaksanaan hubungan media dan pers tergantung “apa dan bagaimana” kontak pribadi antara kedua belah pihak yang dijalin melalui hubungan informal seperti adanya kejujuran, saling pengertian dan saling menghormati serta kerjasama yang baik demi tercapainya tujuan atau publikasi yang positif.

### b. Pelayanan Informasi atau Berita (*News services*)

Pelayanan yang sebaik-baiknya yang diberikan oleh pihak *public relations* atau Humas kepada pihak pers / reporter dalam bentuk pemberian informasi, publikasi dan berita baik tertulis, tercetak (*press release, news letter, photo perss*), maupun yang terekam (*video release, cassetts recorded, slide film*).

### c. Mengantisipasi kemungkinan hal darurat (*Contingency plan*)

Untuk mengantisipasi kemungkinan permintaan yang bersifat mendadak dari pihak wartawan / pers mengenai wawancara, konfirmasi dan sebagainya.

---

<sup>77</sup> Rosady Ruslan, op.cit., 163

## BAB III

### METODOLOGI

#### 3.1 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif menurut Whitney adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.<sup>78</sup>

Sementara, Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dengan maksud, agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena dan yang dimanfaatkan untuk penelitian kualitatif adalah berbagai macam metode yang biasa dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.<sup>79</sup>

Menurut Jane Richi, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Dalam definisi ini dikemukakan tentang

---

<sup>78</sup> Moh. Nazir, 2002, *Metode Penelitian*, Jakarta ; PT Ghalia Indonesia, hal. 55

<sup>79</sup> Lexy J Moleong, 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya, hal.5

peranan penting dari apa yang seharusnya diteliti yaitu konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti.<sup>80</sup>

Dari definisi-definisi tersebut dapatlah disintesisikan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Tahap-tahapan dalam metode deskriptif<sup>81</sup>:

1. Mengadakan klasifikasi.
2. Menggunakan standar atau suatu norma tertentu.
3. Menyelidiki kedudukan (status) fenomena atau faktor dan melihat hubungan antara satu faktor dengan faktor yang lain.
4. Mengumpulkan data dengan wawancara ataupun *interview guide*.

Kekurangan metode deskriptif, secara harfiah, metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka. Namun, dalam pengertian metode penelitian yang lebih luas, penelitian deskriptif mencakup metode penelitian yang lebih luas di luar metode sejarah dan eksperimental.

### 3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*). Maxfield mengatakan penelitian kasus (*case study*), adalah penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan

---

<sup>80</sup> Lexy J Moleong, *op.cit.*, 6

<sup>81</sup> Moh. Nazir, 2002, *Metode Penelitian*, Jakarta ; PT Ghalia Indonesia, hal. 55

personalitas. Subjek penelitiannya individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat.

82

Tujuan studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas di atas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.<sup>83</sup>

Kelebihannya, Studi kasus sebagai suatu studi untuk mendukung studi-studi yang besar di kemudian hari. Dapat memberikan hipotesis-hipotesis untuk penelitian lanjutan. Dari segi edukatif, maka studi kasus dapat digunakan sebagai contoh ilustrasi baik dalam perumusan masalah, penggunaan statistik dalam menganalisis data serta cara-cara perumusan generalisasi dan kesimpulan.<sup>84</sup>

Langkah-langkah pokok dalam meneliti kasus adalah sebagai berikut :<sup>85</sup>

1. Rumuskan tujuan penelitian.
2. Tentukan unit-unit studi, sifat-sifat mana yang akan diteliti dan hubungkan apa yang akan dikaji serta proses-proses apa yang akan menuntun penelitian.
3. Tentukan rancangan serta pendekatan dalam memilih unit-unit dan teknik pengumpulan data mana yang digunakan. Sumber-sumber data apa yang tersedia.
4. Kumpulkan data
5. Organisasikan informasi serta data yang terkumpul dan analisis untuk membuat interpretasi serta generalisasi.
6. Susunan laporan dengan memberikan kesimpulan serta implikasi dari hasil penelitian.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>82</sup> Moh. Nazir, 2002, *Metode Penelitian*, Jakarta ; PT Ghalia Indonesia, hal. 57

<sup>83</sup> Ibid.,57

<sup>84</sup> Moh. Nazir,op.cit.,58

<sup>85</sup> Ibid.,58

Teknik pengumpulan data dengan dua cara yaitu:

### 3.3.1 Data primer

Pengumpulan data secara langsung dari objek penelitian perorangan (*primary data*), dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

Wawancara<sup>86</sup> dilakukan secara langsung, atau dengan tatap muka yaitu dengan mengajukan pertanyaan secara lisan terhadap pihak-pihak yang dianggap kompeten, artinya yang bersangkutan bertanggung jawab, terlibat dan mengetahui secara benar kegiatan strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pers tersebut.

### 3.3.2 Data sekunder

Pengumpulan data yang sudah jadi / tersedia melalui informasi yang dikeluarkan oleh organisasi (*secondary data*), dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

- Observasi partisipatif<sup>87</sup> melibatkan peneliti menjadi bagian lingkungan sosial yang tengah diamati. Melalui teknik partisipasi ini dapat diperoleh data relatif lebih akurat dan lebih banyak, artinya peneliti secara langsung mengamati perilaku dan peristiwa serta kegiatan PR atau Humas dalam membina hubungan dengan pers di lingkungan DPRD Kabupaten Kuningan.
- Studi kepustakaan, meliputi: buku, artikel, buletin, dan lain-lain.

## 3.4 Narasumber (*Key Informan*)

---

<sup>86</sup> Rosady Ruslan, 2004, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta; PT RajaGrafindo Persada, hal.23

<sup>87</sup> Rosady Ruslan, op.cit.,.35

Penelitian ini lebih mengutamakan pendapat nara sumber dilihat dari sudut pemikiran dan perasaan mengenai program / kegiatan *informations services* yang sudah berjalan, dalam strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pers.

Nara sumber yang kompeten di antaranya :

1. Andi Mursyid, BA. Kabag Humas atau PR DPRD Kabupaten Kuningan

Alasannya :

Bpk. Andi Mursyid menjabat Kepala Bagian divisi Humas DPRD Kabupten Kuningan, juga selaku koordinator dalam kegiatan informasi dan komunikasi baik internal maupun eksternal Humas DPRD Kabupten Kuningan Jawa Barat.

2. Acep Purnama, SH, Wakil Pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan.

Alasannya :

Bpk. Acep Purnama, SH sebagai Wakil Pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan penentu kebijakan dalam kegiatan informasi dan komunikasi, khususnya konfirmasi dan informasi pemberitaan media massa yang menyangkut citra kelembagaan DPRD Kabupaten Kuningan. Dengan memfungsikan PR atau Humas dalam menangani pers melalui peyediaan informasi kegiatan DPRD, terkecuali informasi yang merupakan kebijakan harus sejjin Pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan.

3. M. Ridwan Setiawan, SH., M.Si., Sekretaris DPRD Kabupaten Kuningan.

Alasannya :

Bpk. M. Ridwan Setiawan, SH.,M.Si, selalu mengarahkan dan memberikan petunjuk kehumasan, terutama arah dan kebijakan penanganan pers. Dalam hal ini sebagai penentu kebijakan dalam menangani permasalahan pers, dan

sebagai kegiatan dalam menciptakan hubungan kemitraan antara pers dengan Sekretariat DPRD dan lembaga DPRD Kabupaten Kuningan.

### 3.5 Definisi Konsep

Yang perlu didefinisikan dalam penelitian ini adalah

1. Strategi *Public Relations* (PR) atau Hubungan Masyarakat (Humas)

Batasan Strategi PR atau Humas adalah “Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan PR atau Humas dalam rangka suatu rencana PR atau Humas (*public relations plan*). Kegiatan kehumasan mengacu kepada POACE merupakan salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.

2. Strategi membina hubungan dengan pers (*press and media relations*)

Strategi membina hubungan dengan pers (*press and media relations*) adalah sekumpulan kebijakan dan taktik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan kegiatan dalam membina hubungan dengan media khususnya, dan PR atau Humas pada umumnya yang tentunya diacukan pada tujuan organisasi. Sehingga tujuan membina hubungan dengan pers / media akan terkait dengan tujuan organisasi.

3. *Press Relations*

Suatu kegiatan khusus dari pihak PR atau Humas untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan, atau informasi tertentu mengenai kreativitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan / institusi, produk dan hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif.



#### 4. *Public Relations* (PR) atau Hubungan Masyarakat (Humas)

seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum. PR atau Humas bertindak sebagai komunikator, membantu (*back up*) mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi / lembaga pemerintahan, membangun hubungan baik dengan berbagai publik dan hingga menciptakan citra serta opini masyarakat yang menguntungkan.

#### 5. DPRD Kabupaten Kuningan

salah satu lembaga sebagai pelengkap perangkat pemerintahan yang berkedudukan sebagai lembaga perwakilan rakyat daerah yang merupakan unsur penyelenggara pemerintahan daerah. DPRD Kabupaten Kuningan menjalankan fungsi legislasi, fungsi anggaran, dan fungsi pengawasan. Hal ini sesuai dengan Keputusan Bupati Kuningan Nomor : 188.45/KEP.08-ORG/2004 (tentang tugas pokok, fungsi dan uraian tugas sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah).

### **3.6 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini mengenai data-data real, segala bentuk kegiatan dan program *informations services* yang berhubungan dengan strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pers yang meliputi :

#### A. *Fact Finding* (melaporkan temuan data penelitian)

##### 1. Pengertian strategi.

2. Pandangan khalayak terhadap organisasi sesuai harapan PR atau Humas.
  3. Kegiatan Humas DPRD yang berhubungan dengan pers.
  4. Apa yang PR atau Humas inginkan, dan apa tujuan divisi Humas DPRD baik jangka panjang maupun jangka pendek.
- B. Perencanaan (merupakan usaha untuk mewujudkan sesuatu agar terjadi atau tidak terjadi pada masa depan, termasuk memperhitungkan tindakan yang akan dilakukan dan sumber daya manusia serta sumber daya *financial* yang diperlukan).
1. Proses mencapai tujuan strategi PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan media, dan strategi yang digunakan.
  2. Siapa khalayak sasaran Humas dan lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.
  3. Proses rencana evaluasi PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Isu dan himbauan yang sesuai untuk khalayak PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.
- C. Aksi dan Pengkomunikasian (tindakan pelaksanaan mengacu pada perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya, sehingga pelaksanaan program tidak menyimpang jauh dari objektif yang sudah ditetapkan sebelumnya)
1. Hubungan PR atau Humas dengan media dan proses hubungannya.
  2. Prinsip-prinsip hubungan PR atau Humas dengan media.
  3. Proses pembinaan hubungan PR atau Humas dengan media.
  4. Pemahaman PR atau Humas dalam melayani media dengan baik.
  5. Proses PR atau Humas dalam menyediakan salinan verifikasi / pembuktian atas

kebenaran setiap materi yang berhubungan dengan kondisi-kondisi lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

6. Proses hubungan PR atau Humas dalam memperkokoh hubungan personal dengan media.
7. Proses PR atau Humas dalam pengembangan materi untuk media massa.
8. Macam dan bentuk media yang digunakan PR atau Humas dalam menyampaikan pesan kepada publik.
9. Proses PR atau Humas dalam membangun dan memelihara kontak dengan media massa.
10. Posisi lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat sebagai sumber informasi handal untuk media massa dalam bidang tertentu.
11. Proses PR atau Humas dalam berkoordinasi dengan divisi lain dalam lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat sehingga selalu mendapatkan informasi muthakhir.
12. SDM yang melaksanakan dan mengkoordinasikan program komunikasi PR atau Humas, sehingga berlangsung dengan baik dan efektif..

D. Evaluasi (sangat penting keberlanjutan atau perbaikan program / kegiatan pada masa depan)

1. Siapa pengontrol program komunikasi PR atau Humas dan mengapa.
2. Proses mengukur hasil kegiatan / program, dan dampak komunikasi PR atau Humas melalui strategi membina hubungan dengan pers / media.
3. Proses mengukur evaluasi kegiatan PR atau Humas berhubungan dengan pencapaian tujuan lembaga DPRD Kabupten Kuningan Jawa Barat, sehingga

dapat dikatakan proses strategi PR atau Humas dalam membina hubungan pers / media dengan proses organisasi saling menunjang satu sama lain.

### 3.7 Analisa Data

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan *triangulasi data* yaitu dengan memeriksa kebenaran data yang diperoleh dari PR atau Humas DPRD kepada pihak lain yang dipercaya, yaitu Wakil Pimpinan DPRD dan Sekretaris Dewan DPRD Kabupaten Kuningan.

Denzin membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.<sup>88</sup>

Menurut Patton triangulasi dengan *sumber* berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal tersebut melalui jalan:<sup>89</sup>

1. membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan-nya secara pribadi
3. membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
4. membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan
5. membandingkan hasil wawancara dengan isi sesuatu dokumen yang berkaitan.

---

<sup>88</sup> Lexy J Moleong, 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya, hal.330

<sup>89</sup> Ibid.,331

Triangulasi dengan *metode*, terdapat dua strategi, yaitu: pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.<sup>90</sup>

Triangulasi dengan *penyidik*. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data. Pada dasarnya penggunaan suatu tim penelitian dapat direalisasikan dilihat dari segi teknik ini. Cara lain ialah membandingkan hasil pekerjaan seorang analis dengan analis lainnya.

Triangulasi dengan *teori*, menurut Lincoln dan Guba, berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Di pihak lain, Patton, berpendapat lain, yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding (*rival explanation*). Jika peneliti membandingkan hipotesis kerja pembanding dengan penjelasan pembanding, bukan berarti ia menguji atau meniadakan alternatif justru peneliti mencari data yang menunjang ‘bukti’ yang cukup kuat terhadap penjelasan alternatif dan justru membantu peneliti dalam menjelaskan derajat kepercayaan atau hipotesis kerja asli, hal ini merupakan penjelasan ‘utama’ peneliti. Melaporkan hasil penelitian disertai penjelasan sebagaimana yang dikemukakan akan menimbulkan derajat kepercayaan data yang diperoleh.<sup>91</sup>

Triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan triangulasi, peneliti dapat *me-recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya

---

<sup>90</sup> Ibid.,331

<sup>91</sup> Ibid.,131

dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan :<sup>92</sup>

- 1). Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
- 2). Mengeceknnya dengan berbagai sumber data.
- 3). Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan

---

<sup>92</sup> Lexy J Moleong, op.cit., 332

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat<sup>93</sup>**

##### **4.1.1 Tinjauan Historis DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat**

Salah satu asumsi mendasar diterapkannya kebijakan otonomi daerah adalah penguatan rakyat melalui penguatan lembaga perwakilannya di daerah atau DPRD. Penguatan ini dimaksudkan untuk membuka peluang keterlibatan rakyat dalam proses rekrutmen politik lokal ataupun dalam pembuatan kebijakan publik di daerah. Implementasi Otonomi Daerah di Indonesia yang secara efektif mulai diberlakukan semenjak tanggal 1 Januari tahun 2001.

Otonomi Daerah mendorong manajemen pembangunan daerah yang berorientasi pada tata pemerintahan yang baik (*good Governmance*) dalam rangka menciptakan nilai kesejahteraan sosial dan ekonomi yang lebih baik bagi masyarakat dan lebih menekankan kepada interaksi berbagai peran di antara berbagai pelaku pembangunan di daerah, baik itu masyarakat, dunia usaha maupun pemerintah daerah yang diatur oleh tiga pilar utama yaitu akuntabilitas, transparansi dan partisipasi serta adanya *role of law* yang jelas. Interaksi tersebut memberikan penekanan fungsi dan peran pada berbagai pelaku pembangunan.

---

<sup>93</sup> Dokumen DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, *Mengenal Lebih Dekat Wakil Rakyat Provinsi Jawa Barat*

Secara kelembagaan, sebagai lembaga legislatif di daerah Kabupaten Kuningan, DPRD Kabupaten Kuningan memiliki dinamika tersendiri yang salah satunya dipengaruhi oleh konteks peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>94</sup>

Penyebutan DPRD baru mulai digunakan pada tanggal 25 Januari 1958 – 20 Oktober 1959, sebagaimana diatur dalam UU No. 1 Tahun 1957. Kedudukannya masih sama sebagai bagian dari Pemerintahan Daerah. Tahun 1959 adalah saat penting proses politik. Puncak dari krisis politik yang terjadi ketika Presiden Soekarno mengeluarkan Dekrit Presiden 5 Juli 1959 membawa banyak perubahan dalam struktur pemerintahan, termasuk juga struktur pemerintahan daerah. Pemerintahan Daerah terdiri dari DPRD Gaya Baru (yang kemudian berganti nama menjadi DPRD Gotong Royong) dan badan eksekutif yang dipimpin Gubernur merangkap Kepala Daerah dengan 6 (enam) orang pembantu yang terdiri dari anggota Badan Pemerintah Harian. Terjadi perubahan dalam struktur kepemimpinan DPRD, Kepala Daerah yang semula merangkap sebagai ketua DPRD, sejak UU No. 18 tahun 1965 ditetapkan harus dipilih dari dan oleh para anggota DPRD.

Undang-undang yang mengatur mengenai pemerintahan daerah telah berkali-kali mengalami perubahan atau penyempurnaan sejak lahirnya UU No. 1 tahun 1945 tentang UU Pokok Pemerintahan Daerah. Kemudian diubah dengan UU No. 1 tahun 1957, dan juga mengalami perubahan melalui Penetapan Presiden No. 6 tahun 1959, Penetapan Presiden No.5 tahun 1960, dan Penetapan Presiden No. 7 tahun 1965.<sup>95</sup>

Pada tahun 1965, pemerintahan mengeluarkan UU No. 18 tahun 1965 tentang Pokok-pokok Pemerintahan Daerah. Undang-undang ini berjalan kurang lebih sembilan tahun, dimana pada tahun 1969 mengalami perubahan kembali dengan UU No. 6 tahun 1969, yang kemudian disempurnakan lagi melalui keluarnya UU No. 5

---

<sup>94</sup> Dokumen DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, *Mengenal Lebih Dekat Wakil Rakyat Provinsi Jawa Barat*

<sup>95</sup> Ibid., Dokumen DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat



tahun 1974 tentang Pokok-pokok Pemerintahan di Daerah, dan diganti UU No. 22 tahun 1999, serta terakhir UU No. 32 tahun 2004.

#### **4.1.2 Kelembagaan DPRD (Kedudukan, Tugas, hak dan Kewajiban DPRD menurut UU No. 32 tahun 2004.<sup>96</sup>**

DPRD berkedudukan sebagai lembaga perwakilan rakyat daerah yang merupakan unsur penyelenggara pemerintahan daerah. DPRD menjalankan fungsi legislasi, fungsi anggaran dan fungsi pengawasan.

Ketentuan mengenai tugas dan wewenang DPRD diatur dalam pasal 42 ayat (1) UU No. 32 tahun 2004, sebagai berikut:

- a. Membentuk Perda yang dibahas dengan Kepala Daerah untuk mendapat persetujuan bersama.
- b. Membahas dan meyetujui rancangan Perda tentang APBD bersama dengan Kepala Daerah.
- c. Melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan Perda dan peraturan perundang-undangan lainnya, Peraturan Kepala Daerah, APBD, Kebijakan Pemerintah Daerah dalam melaksanakan program pembangunan daerah, dan kerjasama internasional di daerah.
- d. Mengusulkan pengangkatan dan pemberhentian Kepala Daerah / Wakil Kepala Daerah kepada Presiden melalui Menteri Dalam Negeri bagi DPRD provinsi dan kepada Menteri Dalam Negeri melalui Gubernur bagi DPRD Kabupaten / kota.
- e. Memilih Wakil Kepala Daerah dalam hal terjadi kekosongan jabatan Wakil Kepala Daerah.

---

<sup>96</sup> Dokumen DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, .op.cit hal.7

- f. Memberikan pendapat dan pertimbangan kepada Pemerintah Daerah terhadap rencana perjanjian internasional di daerah.
- g. Memberikan persetujuan terhadap rencana kerjasama internasional yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah.
- h. Meminta laporan keterangan pertanggungjawaban Kepala Daerah dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah.
- i. Membentuk panitia pengawas pemilihan Kepala Daerah.
- j. Melakukan pengawasan dan meminta laporan KPUD dalam penyelenggaraan pemilihan Kepala Daerah.
- k. Memberikan persetujuan terhadap rencana kerjasama antar daerah dan dengan pihak ketiga yang membebani masyarakat dan daerah.

Sesuai pasal 43 ayat (1), dinyatakan bahwa DPRD mempunyai hak, sebagai berikut :<sup>97</sup>

1. Interpelasi.
2. Angket.
3. Menyatakan pendapat.

Sementara sesuai pasal 44 ayat (1), dinyatakan bahwa anggota DPRD mempunyai hak, sebagai berikut :

1. Mengajukan rancangan Perda.
2. Mengajukan pertanyaan.
3. Menyampaikan usul dan pendapat.
4. Memilih dan dipilih.
5. Membela diri.
6. Imunitas.

---

<sup>97</sup> Dokumen DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, .op.cit, .hal.8

7. Protokoler.
8. Keuangan dan administrative.

Anggota DPRD mempunyai kewajiban, diantaranya :

1. Mengamalkan Pancasila, melaksanakan UUD'45, dan mentaati segala peraturan perundang-undangan.
2. Melaksanakan kehidupan demokrasi dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah.
3. Mempertahankan dan memelihara kerukunan nasional serta keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.
4. Memperjuangkan peningkatan kesejahteraan rakyat di daerah.
5. Menyerap, menampung, menghimpun dan menindaklanjuti aspirasi masyarakat.
6. Mendahulukan kepentingan Negara di atas kepentingan pribadi, kelompok dan golongan.
7. Memberikan pertanggungjawaban atas tugas dan kinerja selaku anggota DPRD sebagai wujud tanggung jawab moral dan politis terhadap daerah pemilihannya.
8. Mentaati Peraturan Tata Tertib, Kode Etik dan sumpah / janji anggota DPRD.
9. Menjaga norma dan etika dalam hubungan kerja dengan lembaga yang terkait.

#### **4.1.3 Visi dan Misi Lembaga DPRD dan Sekretariat DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.**

Visi Lembaga DPRD Kabupaten Kuningan “Terwujudnya Kesejahteraan Rakyat Yang Demokratis, Religius Dan Dinamis Sesuai Dengan Aspirasi Masyarakat”.

Misi Lembaga DPRD Kabupaten Kuningan

1. Mewujudkan aspirasi masyarakat dalam pelaksanaan Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan.

2. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan pemerintah melalui perbaikan dan pembuatan peraturan daerah.
3. Mendorong terselenggaranya pemerintahan yang baik, efektif dan efisien melalui fungsi pengawasan terhadap jalannya Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan.
4. Memberdayakan masyarakat melalui organisasi kemasyarakatan, organisasi sosial maupun organisasi lainnya.
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Visi Sekretariat DPRD Kabupaten Kuningan “Terwujudnya Peningkatan Tugas-tugas Dewan Perwakilan Rakyat Daerah”.

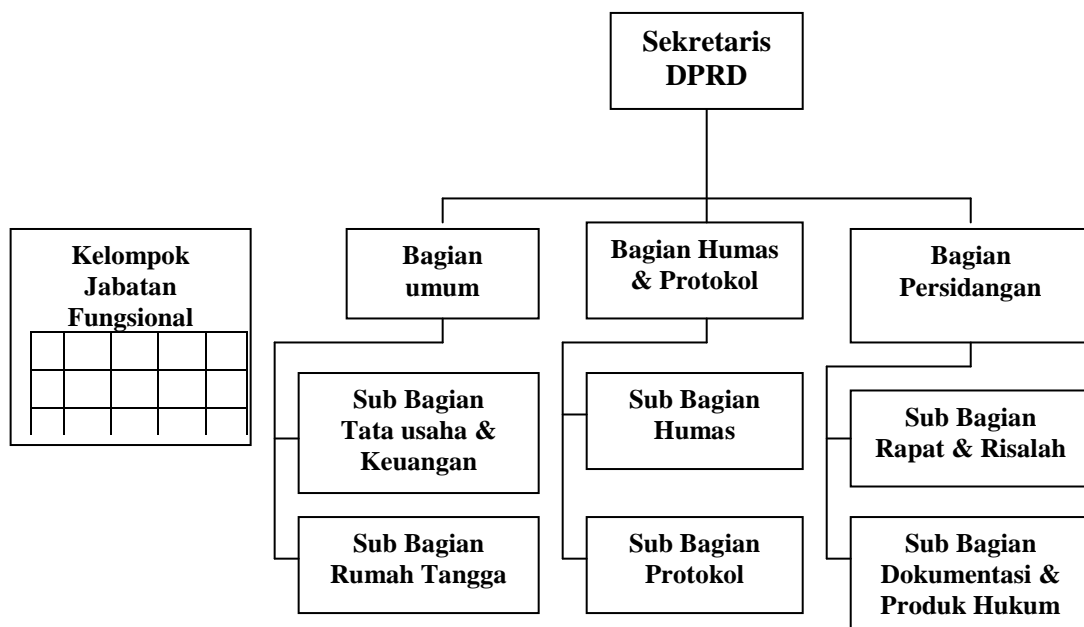
Misi Sekretariat DPRD Kabupaten Kuningan, sebagai berikut :

1. Memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana.
2. fasilitasi tugas-tugas dan kegiatan dewan perwakilan rakyat daerah.

#### 4.1.4 Struktur Organisasi Sekretariat DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

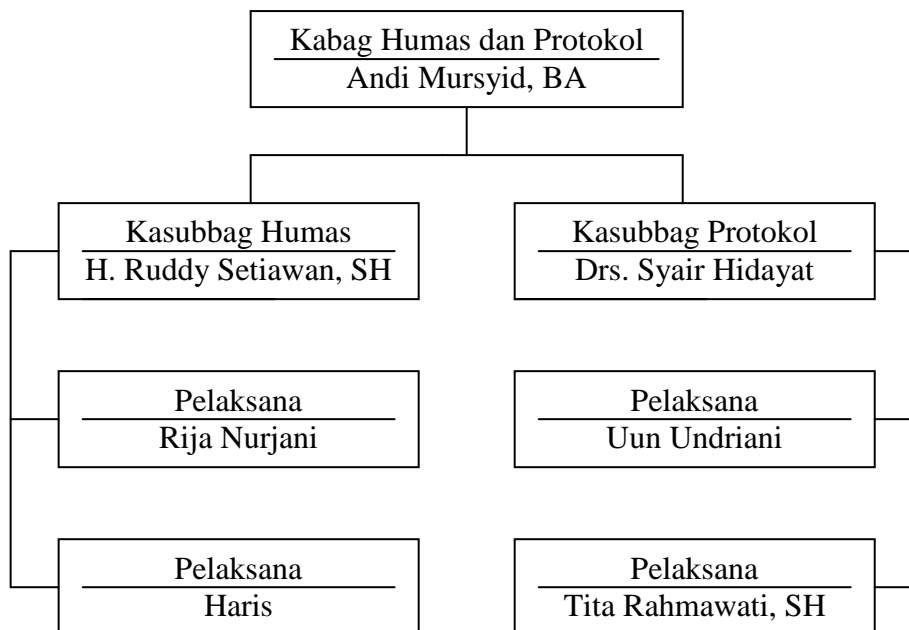
##### BAGAN SUSUNAN ORGANISASI

##### SEKRETARIAT DPRD KABUPATEN KUNINGAN JAWA BARAT



#### 4.1.5 BAGAN STRUKTUR BAGIAN HUMAS dan PROTOKOL Sekretariat

##### DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat



#### 4.2 Hasil Penelitian

Penulis akan menguraikan mengenai hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, Bapak M. Ridwan Setiawan, SH., M.Si Sekretaris DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, Bapak Acep Purnama, SH Wakil pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Selain itu penulis melibatkan tiga narasumber dari pihak internal dan media yaitu Bapak Oyo Sukarya anggota DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, Bapak Endin PWI, dan Bapak Atis Wartawan Siaga Pos. Penulis melakukan proses wawancara bertempat di kantor DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat terhitung mulai 5 September sampai dengan 18 September 2006.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pers. Wawancara ini dilakukan secara mendalam untuk mendapatkan data secara kualitatif dengan metode penelitian studi kasus dan diuraikan secara deskriptif, yaitu sebagai berikut :

#### **4.2.1 Strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pers.**

Terciptanya situasi yang kondusif, harmonis dan terbentuknya citra positif masyarakat adalah tujuan jangka panjang Humas DPRD. Sedangkan, tujuan jangka pendeknya adalah masyarakat mengerti dan memahami program dan kegiatan DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Di sini tujuan dan strategi Humas membina hubungan baik dengan pers ditetapkan guna menopang tujuan dalam mengkomunikasikan / menginformasikan kegiatan-kegiatan wakil rakyat terhadap masyarakat sesuai dengan visi dan misi DPRD.

Permasalahan, kurangnya sosialisasi Keputusan Bupati Kuningan (Tupoksi) Humas dan Protokol No. 188.45/kep.07-org/2004 dalam pasal 8 dan 9, menyebabkan kurangnya pemahaman tentang pentingnya peran dan fungsi PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan, serta tidak adanya prosedur tetap yang berlaku untuk pihak-pihak yang akan meminta informasi dan konfirmasi mengenai kegiatan dan lembaga DPRD . Sehingga pihak Pers, LSM dan pihak-pihak yang membutuhkan informasi bertindak langsung mewawancarai narasumber, dan pers lebih suka menunggu narasumber di *lobby* dari pada ikut hadir dalam persidangan.

Kurang optimalnya fungsi dan peran PR atau Humas DPRD kabupaten Kuningan sebagai pemberi informasi terhadap pihak eksternal karena tidak adanya persyaratan baku yang terinci dari Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Kabupaten Kuningan terhadap Pegawai Negeri Sipil untuk menjadi praktisi PR atau Humas pemerintah dan terbatasnya anggaran seminar / pelatihan. Hal tersebut diasumsikan mempengaruhi bagaimana cara PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan dalam membina hubungan dengan pers, dalam upaya menjaga citra positif DPRD.

Pertanyaan pertama penulis adalah pengertian strategi, menurut Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan bahwa pengertian strategi adalah

*“Suatu taktik yang dipergunakan Humas dalam membina hubungan dengan pers guna membentuk opini baik dari masyarakat dan citra positif atas segala kegiatan dan lembaga DPRD Kabupaten Kuningan”.*<sup>98</sup>

Sedangkan pernyataan dari Bapak Oyo Sukarya sebagai Anggota DPRD Kabupaten Kuningan menambahkan

*“Strategi adalah teknik yang dilaksanakan dalam kegiatan tertentu dengan mempertimbangkan analisis SWOT yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman baik dilihat dari pribadi Humas maupun instansi DPRD” Dengan demikian dapat mengoptimalkan kekuatan dan memperkecil kelemahna, berupaya memanfaatkan peluang yang ada dan mengantisipasi kendala yang dihadapi dalam setiap kegiatan program.*<sup>99</sup>

Faktor yang termasuk kekuatan (*strengths*) instansi DPRD Kabupaten Kuningan adalah pembuat produk-produk kebijakan undang-undang khususnya untuk daerah Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

Faktor kelemahannya (*weakness*) adalah kurang optimalnya kemampuan SDM Humas, terbatasnya SDM Humas dan fasilitas yang menunjang kegiatan program kerja Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

Dilihat faktor peluang (*opportunities*), DPRD Kabupaten Kuningan sebagai media penerima dan penyampai aspirasi masyarakat daerah Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

Sedangkan faktor ancaman (*threats*), pihak eksternal seperti pers, LSM dan Tokoh Masyarakat sebagai sosial kontrol dapat memicu atau menggiring opini masyarakat baik positif maupun negatif terhadap kinerja DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

---

<sup>98</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

<sup>99</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Oyo Sukarya anggota DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

#### 4.2.2 Pengumpulan Data dan informasi (*Fact finding*)

##### 4.2.2.1 Kebiasaan pers yang langsung menemui narasumber dalam meminta informasi dan konfirmasi tanpa melalui pihak Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, menyebabkan kurang harmonisnya pihak Humas dengan pers. Tidak adanya persyaratan baku yang terinci dari Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Kabupaten Kuningan terhadap Pegawai Negeri Sipil untuk menjadi praktisi PR atau Humas pemerintah dan terbatasnya anggaran seminar / pelatihan. Hal tersebut mempengaruhi cara / teknik PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan dalam membina hubungan dengan pers melalui program kerja Humas.

Untuk saat ini pemeliharaan kontak humas dengan media massa baru sebatas hubungan kontak informal secara personal seperti wawancara pers. Sedangkan kegiatan yang bersifat kontak informal seperti konferensi pers belum dapat dilakukan, karena keterbatasan SDM dan fasilitas Humas DPRD. Biasanya pers lebih suka menemui nara sumber secara langsung dari pada meminta informasi dari Humas. Karena pers menganggap informasi dari nara sumber lebih *original*. Sesuai kutipan penjelasan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*“Untuk saat ini pemeliharaan kontak Humas dengan media massa baru sebatas hubungan kontak informal secara personal seperti wawancara pers. Kegiatan yang bersifat kontak secara formal seperti konferensi pers belum dapat dilakukan, karena keterbatasan SDM dan fasilitas Humas DPRD”.*<sup>100</sup>

Selama ini upaya pihak Humas menjaga mempertahankan citra positif masyarakat terhadap kegiatan dan lembaga DPRD Kabupaten Kuningan. Berdasarkan hasil analisa pemberitaan di media massa citra lembaga DPRD selama ini positif di mata khalayak. Selama ini pandangan khalayak Humas sesuai kutipan dari pernyataan wartawan Siaga Pos, yang isi medianya 80 % memuat berita tentang Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

---

<sup>100</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.



*“Selama ini Humas dan DPRD Kabupaten Kuningan citranya cukup baik dalam penyampaian informasi kegiatan DPRD. Namun masukan dari saya, fungsi kehumasan perlu ditingkatkan, dan focus terhadap produk-produk kebijakan sesuai kebutuhan masyarakat. Diharapkan Humas DPRD lebih proaktif lagi, tidak hanya sebatas menunggu wartawan tapi lebih berkoordinasi dalam pemberian informasi baru mengenai kegiatan DPRD. Kevalidan dan keakuratan data agar dipertahankan sebagai sosialisasi terhadap masyarakat”.*<sup>101</sup>

#### **4.2.2.2 Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat melakukan kliping mengenai berita-berita yang berkaitan dengan kegiatan dan lembaga DPRD kabupaten kuningan. Untuk mengetahui apakah berita yang dibuat pihak pers sudah sesuai informasi dan hasil konfirmasi dari pihak Humas DPRD.**

Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat melakukan penelitian mengenai fakta, data, dan informasi melalui kliping berita-berita yang dimuat surat kabar yang beredar di daerah Kuningan Jawa Barat.

sesuia kutipan penjelasan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Dalam pengorganisasian yang berhubungan dengan informasi dan komunikasi tentunya berdasarkan hasil pilahan informasi / berita, mekanismenya sebagai berikut:*

- 1. Program atau informasi interen oleh Kepala Bagian dan Kepala Sub Bagian serta pelaksanaannya di titik beratkan kepada tugas Kepala Sub Bagian*
- 2. Sarana dan prasarana melibatkan bagian lain*
- 3. Penerbitan Jurnal, Bulletin melibatkan unsur dari luar DPRD dalam bentuk kerjasama dengan pihak PWI (Persatuan Wartawan Indonesia di daerah Kabupaten kuningan Jawa Barat) sebagai agency”.*<sup>102</sup>

#### **4.2.2.3 Humas membuat analisis dari kegiatan / program kerja yang berhubungan dengan pers, berkaitan dengan citra DPRD Kabupaten Kuningan.**

Berdasarkan dari hasil pilahan informasi / berita yang dikliping, dianalisa, dan hasilnya didiskusikan bersama pimpinan untuk pembahasan klarifikasi atas informasi selanjutnya . Terutama, difokuskan pada informasi negatif atau hal-hal yang berkaitan dengan pencitraan lembaga DPRD. Seperti kutipan penjelasan dari Wakil Pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan.

<sup>101</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Atis wartawan Siaga Pos di Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>102</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*“Walaupun secara kelembagaan kami dan anggota diberi wewenang dalam memberikan informasi langsung kepada pihak pers, tapi saya mengimbau agar informasi itu dikoordinasikan terlebih dahulu, lebih-lebih yang efeknya menyangkut kepada pencitraan kelembagaan DPRD”.*<sup>103</sup>

Melalui kerjasama antar komponen-komponen komunikasi dapat tercapai tujuan Humas lewat programnya dalam pembentukan opini dan citra positif DPRD di mata Khalayak. Sehingga, sesuai tujuan / sasaran komunikasi Humas agar seluruh program informasi dapat diketahui oleh sasaran Humas yaitu pers, LSM, aparatur pemerintahan tokoh masyarakat, dan khalayak luas. Berdasarkan kutipan informasi Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Tujuan / sasaran komunikasi Humas agar seluruh program informasi dapat diketahui oleh sasaran Humas yaitu pers, LSM, tokoh masyarakat, dan khalayak luas. Sehingga, melalui kerja sama antar komponen-komponen komunikasi dapat tercapai tujuan Humas dalam pembentukan opini dan citra positif DPRD di mata khalayak”.*  
104

Adapun yang mengevaluasi dan menganalisa program kerja / kegiatan Humas di instansi DPRD, dalam membina hubungan dengan pers yaitu Kabag Humas. Dijabarkan dalam kutipan penjelasan kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Yang mengevaluasi dan analisa dilakukan oleh Kabag Humas dan stafnya. Mekanisme yang digunakan khususnya dalam membina hubungan dengan pers dan sebagai tolak ukur (output) komunikasi adalah sebagai berikut :*

- 1. Menyusun program dan langkah kerja dalam pemberian informasi kepada pers.*
- 2. Menghimpun klipring dari berbagai media yang berkaitan dengan pemberitaan DPRD dan Pemerintahan Daerah, sebagai temuan data.*
- 3. Menyiapkan press release pemberitaan tentang kegiatan DPRD jelas dan akurat mungkin*
- 4. Memberikan keterangan pers tentang ke DPRD an berikut kegiatannya*
- 5. Melaksanakan koordinasi dengan unit kerja terkait untuk kelancaran pelaksanaan pengkomunikasian informasi.*
- 6. Melakukan evaluasi dan analisa atas suatu pemberitaan.*
- 7. Mencoba klarifikasi dari suatu informasi serta memberikan sarana dan pertimbangan kepada yang bersangkutan”.*<sup>105</sup>

<sup>103</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Acep Purnama Wakil Pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>104</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>105</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

### 4.2.3 Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan usaha untuk mewujudkan sesuatu agar terjadi atau tidak terjadi pada masa depan, perhitungan tindakan yang akan dilakukan dan sumber daya manusia dan sumber daya financial yang diperlukan.

Strategi apa yang akan digunakan, Kabag Humas DPRD memahami betul fungsinya sebagai mediator antara lembaga DPRD dengan pihak eksternal. Adapun strategi yang sudah terlaksana diantaranya menyebarluaskan informasi positif melalui media cetak, elektronik maupun media yang dikelola secara internal untuk disebarkan ke pelosok-pelosok desa. Selain itu, memelihara hubungan antara lembaga DPRD dengan pers, LSM dan tokoh masyarakat. Sesuai kutipan keterangan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*“Strategi yang sudah dilaksanakan diantaranya: menyebarluaskan informasi positif melalui media cetak, elektronik maupun media yang dikelola secara intern yang sasarannya menyebar ke pelosok desa, dan memelihara hubungan baik antara lembaga dengan pers maupun LSM, dimana Humas berfungsi sebagai mediator antara lembaga dengan pihak eksternal”*

*“untuk mencapai tujuan strategi membina hubungan dengan pers melalui penjabaran tupoksi (tugas pokok fungsi) Humas antara lain:*

- 1. Menyusun perencanaan kebutuhan anggaran Humas untuk langganan surat kabar, iklan dan dokumentasi photo.*
- 2. Memfasilitasi dan menjadi mediator kepentingan pers dengan Sekretariat DPRD dan Lembaga DPRD.*
- 3. Menghimpun klipings dari berbagai media terutama kegiatan DPRD.*
- 4. Memberikan bahan-bahan pemberitaan untuk pers.*
- 5. Membuat dokumentasi photo apabila ada kegiatan DPRD untuk kepentingan visualisasi data, penerbitan jurnal dan buletin.*
- 6. Memfasilitasi penyampaian aspirasi masyarakat.*
- 7. Memupuk dan menjalin kerja sama dan kemitraan dengan pers dalam rangka memelihara citra lembaga.<sup>106</sup>*

Sementara yang menjadi khalayak sasaran Humas adalah pers, LSM, dan masyarakat. Publik eksternal Humas merupakan element penting dalam kegiatan

---

<sup>106</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa barat

membina hubungan baik dengan pers, tentunya sesuai fungsi dan kepentingan serta perlakuan komunikasi yang berbeda-beda. Pers butuh informasi Humas, juga sebagai penyebar luas informasi, LSM sebagai pengontrol dan pemberi saran/masukan terhadap kebijakan DPRD, sedangkan masyarakat berhak mengetahui informasi akurat tentang kegiatan-kegiatan DPRD. Seperti yang dikutip dari informasi Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Pers, LSM dan Masyarakat merupakan khalayak PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat”*

*“pers dianggap penting karena sebagai penyebar luas informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh lembaga DPRD Kabupaten Kuningan”*

*“LSM dianggap sebagai khalayak yang penting, selain pembangun opini juga sebagai pengontrol dan pemberi saran/masukan terhadap kebijakan DPRD” sebagai PR atau Humas kita memberikan pengertian terhadap mereka, supaya mereka memahami, mengerti, menghayati dan sedikit tidak menimbulkan satu ganjalan negatif”*

*“Khalayak masyarakat merupakan element penting dalam pengontrol kebijakan dan program DPRD dalam pembangunan Kabupaten Kuningan mengacu otonomi daerah .*

*Diharapkan keinginan Humas tercapai bahwa pihak LSM dapat tergugah dan mampu menetralsisir suatu informasi/berita, insan pers dapat menjadi mitra Humas dalam pemberitaan informasi, dan khalayak masyarakat dapat mendapatkan informasi yang akurat tentang kegiatan dan kebijakan DPRD sehingga dapat terkoordinasi mencapai citra positif DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat”<sup>107</sup>*

Kedewasaan dan kematangan berpikir sangat dibutuhkan dalam pribadi Humas. Sebagai filterisasi rencana evaluasi strategi membina hubungan dengan pers, Humas DPRD memilah-milah informasi positif dan negatif kemudian dikomunikasikan kepada pihak internal yang bersangkutan maupun dikomunikasikan dengan pihak pers sebagai penulis berita. Mengutip dari rencana evaluasinya Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*“Rencana dalam evaluasi melalui komunikasi dengan pihak internal yang*

---

<sup>107</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa barat

*bersangkutan maupun berkomunikasi dengan pihak pers, kemudian akan dipilah-pilah antara informasi positif dan informasi negatif”*.<sup>108</sup>

Pemilahan isu dan imbauan tentunya disesuaikan dengan aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Mengenai produk-produk hukum yang dihasilkan DPRD, seperti pasal dan undang-undang yang dianggap penting untuk disosialisasikan terhadap khalayak Humas demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan kutipan penjelasan Sekretaris DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*“Tentunya karena DPRD ini sebagai pelengkap perangkat pemerintahan daerah dan bersifat pelayanan / public service, isu dan imbauan berdasarkan hasil masukan sesuai kebutuhan masyarakat. Berupa program dan produk-produk yang telah dihasilkan lembaga DPRD berupa undang-undang dan peraturan-peraturan”*.<sup>109</sup>

#### **4.2.3.1 Pelaksanaan Program**

Ibarat *gatekeeper* Humas senantiasa menjaga situasi kondisi lembaga DPRD tetap kondusif dengan pihak eksternal khususnya pers. Atas pertimbangan fungsi kehumasan sebagai jembatan antara pihak internal dan eksternal, maka Humas sebagai koordinator pembuatan rencana dan evaluasi strategi kegiatan membina hubungan dengan pers. Atas dasar pertimbangan yang dikutip dari penjelasan Sekretaris DPRD kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*“Koordinasi pembuatan rencana dan evaluasi dalam membina hubungan dengan pers adalah pihak Humas DPRD. Hal ini atas pertimbangan fungsi Humas sebagai jembatan antara pihak internal dan eksternal. Diibaratkan Humas sebagai penjaga gawang yang senantiasa menjaga situasi kondisi lembaga tetap kondusif dengan pihak eksternal khususnya pers demi tercapainya tujuan lembaga DPRD”*.<sup>110</sup>

---

<sup>108</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa barat

<sup>109</sup> Hasil wawancara dengan Bapak M. Ridwan Setiawan Sekretaris DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

<sup>110</sup> Hasil wawancara dengan Bapak M. Ridwan Setiawan Sekretaris DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

Dalam pelaksanaan strategi Humas dalam membina hubungan dengan pers selama ini sebagai mitra kerja. Pers membutuhkan informasi dan Humas membutuhkan publisitas dalam memberikan informasi kegiatan DPRD terhadap khalayak luas. Sesuai kutipan pernyataan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Proses hubungan “Proses hubungan Humas dengan pers selama ini sebagai mitra dalam mengkomunikasikan segala bentuk informasi kegiatan DPRD terhadap masyarakat. Pers membutuhkan informasi demi kebutuhan organisasi media, begitu juga Humas membutuhkan publisitas dalam memberikan informasi terhadap khalayak luas”<sup>111</sup>*

Dalam melayani mediapun, Humas menyadari pers senantiasa sebagai alat komunikasi dalam mencapai tujuan organisasi DPRD. Namun karena terbatasnya personil Humas yang terampil di bidang jurnalistik, jadi Humas hanya melayani / memberikan data mentah yang kemudian diolah oleh pers itu sendiri. Dijelaskan dari kutipan pernyataan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Humas akan terus berusaha memahami pihak pers kaitannya dalam pelayanan informasi / data dan dokumentasi photo kegiatan-kegiatan DPRD. Karena Humas menyadari Pers senantiasa sebagai alat komunikasi dalam mencapai tujuan lembaga DPRD, juga dalam upaya memfasilitasi penyampaian aspirasi masyarakat”. Namun, karena terbatasnya personil Humas terutama yang terampil di bidang jurnalistik, jadi kami hanya melayani memberikan data yang kemudian diolah oleh pers itu sendiri.<sup>112</sup>*

Begitu juga dalam pengembangan materi untuk media massa, Humas DPRD senantiasa memberikan informasi / hal-hal baru yang penting untuk diketahui oleh khalayak melalui media massa. Namun, saat ini Humas hanya memberikan data yang kemudian pengembangan redaksi beritanya diserahkan

---

<sup>111</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>112</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

kepada pers. Menurut kutipan informasi Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*“Kami pihak Humas menyadari senantiasa memberikan informasi adanya hal-hal baru yang penting untuk diketahui oleh khalayak masyarakat melalui media massa. Namun untuk saat ini, dalam pelaksanaannya pihak Humas hanya memberikan berupa data mentah yang selanjutnya diolah dan dikembangkan oleh pers’.”<sup>113</sup>*

Sumber Daya Manusia yang melakukan program komunikasi adalah pihak Humas. Saat ini Humas DPRD dianggap mampu berkomunikasi dan mengkoordinasikan kegiatan DPRD antara pimpinan dan anggota / pihak yang terkait, selain memberikan saran dan pertimbangan kepada atasan demi kelancaran pelaksanaan. Sesuai kutipan penjelasan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*“SDMnya adalah Kabag Humas beserta bawahannya dibantu pihak agency. Karena, terbatasnya personil / staf Humas dalam pelaksanaan program ada yang bisa dilaksanakan oleh divisi Humas sendiri, dan kami juga melibatkan orang lain dalam bentuk kerja sama. Meski demikian pengendali dan tanggung jawab program tetap Kepala Bagian Humas”.”<sup>114</sup>*

#### **4.2.4 Komunikasi (*Communicating*)**

Humas DPRD dengan pers saling memahami dan mengerti etika profesi masing-masing. Berprinsip pada itikad baik, keterbukaan, kejujuran atas suatu informasi, pihak Humas berusaha seimbang dalam pemberian materi kepada pers. Tidak hanya untuk kepentingan publisitas semata, tetapi informasi / data atas klarifikasi suatu isu di media. Dengan demikian, selama ini pers mengerti dan membantu menciptakan suasana kondusif atas suatu pemberitaan. Hal ini

---

<sup>113</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>114</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

karena komunikasi pers dan Humas berjalan baik. Seperti yang dikutip dari penjelasan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Kedekatan Humas dengan media selama ini berazaskan itikad baik. Berusaha memberikan keterbukaan atas suatu informasi. Berdasarkan kejujuran, Humas mengetahui sebaik apapun informasi tetap diberitakan apalagi informasi yang bersifat negatif dan perlu klarifikasi pasti akan menarik untuk di beritakan. Selama ini kami Humas dan pers memahami, mengerti etika profesi masing-masing. Humas berusaha tidak memihak terhadap salah satu pihak, namun Humas hanya menyaring mana data/informasi yang perlu ditahan dulu mengingat dalam kajian kebijakan lembaga, dan mana informasi/data yang memang penting/segera diinformasikan sesuai kebutuhan khalayak. Kami pihak Humas pun berusaha seimbang dalam pemberian materi kepada pers, bukan saja untuk kepentingan publisitas melainkan juga untuk klarifikasi suatu informasi / data. Hal ini kami berusaha mempelajari, mengkomunikasikan dan melakukan pembaruan untuk materi informasi kepada pers. Dengan harapan pers mengerti dan membantu menciptakan suasana kondusif atas publisitas/pemberitaan informasi tersebut”<sup>115</sup>*

Pembinaan hubungan dengan pers dirasakan sudah terjaga dengan baik demi transparansi suatu informasi. Selain itu upaya memfasilitasi pers melalui komunikasi dan informasi. Melalui pembinaan hubungan dengan pers, LSM dan tokoh masyarakat yang dilakukan Humas selama ini, diharapkan tercapainya tujuan komunikasi dalam pembentukan opini positif khalayak. Ditegaskan dalam hasil kutipan pernyataan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Dalam membina hubungan pers selama ini dirasakan sudah baik dan terus dijaga berlandaskan keterbukaan, mendukung transparansi suatu informasi dan memfasilitasi para pihak pers. Memelihara hubungan baik antara lembaga DPRD dengan pers, LSM dan tokoh masyarakat. Hal ini karena, baik pemberitaan positif maupun negatif tentunya akan berdampak terhadap kelanggengan citra DPRD. Melalui pembinaan hubungan tersebut Humas mengharapkan tercapainya tujuan komunikasi dalam pembentukan opini positif khalayak”<sup>116</sup>*

Wartawan yang datang ke Humas menanyakan pembuktian atas kebenaran suatu materi ditanggapi dengan baik, melalui pendekatan komunikatif dan dialogis. Namun, apabila informasi yang berhubungan dengan kondisi-kondisi kelembagaan tergantung dari sifat kerahasiaannya. Artinya Humas tetap terbuka,

<sup>115</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>116</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat



tapi kalau yang sifatnya masih kajian dan dianggap rahasia biasanya informasi itu ditunda / ditahan dulu, sesuai dengan fungsi Humas sebagai filterisasi informasi. Seperti kutipan dari penjelasan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan

*“Prosesnya adalah melalui pendekatan yang komunikatif dan dialogis. Dimana pihak wartawan yang datang ke Humas menanyakan atas kebenaran suatu materi ditanggapi dengan baik. Apabila yang berhubungan dengan kondisi-kondisi kelembagaan tergantung dari sifat kerahasiaannya. Artinya, tetap terbuka dalam informasi, hanya yang sifatnya masih kajian dan rahasia biasanya informasi itu ditunda dulu”.*<sup>117</sup>

Mengenai program kegiatan-kegiatan DPRD dikomunikasikan dalam bentuk kerja sama secara berkala harian, mingguan, bulanan dan triwulan. Humas DPRD bekerjasama dengan beberapa media cetak dan elektronik yang diliput setiap hari. Program pesan termasuk penerbitan jurnal internal, bulletin dan majalah info bekerja sama dengan PWI sebagai pihak *agency*. Dipertegas sesuai kutipan pernyataan Sekretaris DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Program kegiatan DPRD selalu kami komunikasikan dalam bentuk kerja sama secara berkala harian, mingguan, bulanan dan triwulan. Kita bekerjasama dengan beberapa media cetak dan elektronik (radio yang ada di Kabupaten Kuningan) yang diliput setiap hari. Kerjasama ini tentunya untuk kelancaran informasi kegiatan yang dilakukan oleh para wakil rakyat hasil pemilihan 2004”.*<sup>118</sup>

Ditambahkan pula dari kutipan penjelasan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Pesan yang termasuk program utama DPRD melalui media lokal, regional maupun nasional termasuk penerbitan jurnal internal, bulletin dan majalah info. Sementara, program pendukung penyampaian pesan melalui penerbitan almanak dan buku agenda kerja”*<sup>119</sup>

---

<sup>117</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>118</sup> Hasil wawancara dengan Bapak M. Ridwan Setiawan Sekretaris DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>119</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

Ditambahkan pula untuk pemilihan media, dari kutipan keinginan anggota DPRD selaku divisi lain yang berkoordinasi dengan Humas DPRD dalam hal penyampaian informasi dan konfirmasi terhadap pers.

*“Keprofesionalan Humas perlu ditingkatkan khususnya dalam pemilihan media dalam penyampaian isu dan imbauan berupa produk UU sesuai kebutuhan masyarakat. Dalam penyampaiannya agar dikemas dalam bahasa yang jelas dan sederhana. Untuk menjangkau masyarakat pedesaan yang jarang membaca media cetak, alangkah baiknya informasi ini melalui media elektronik (program parlementaria). Aplikasi dari UU tersebut dikemas dalam program dongeng enteng, yang diharapkan produk UU DPRD tepat sasaran dan tepat guna”.*<sup>120</sup>

Posisi lembaga DPRD sebagai perlengkapan perangkat Pemerintahan Daerah di Kabupaten Kuningan. Pimpinan beserta staf dan anggota DPRD berupaya menjadi sumber informasi yang handal terhadap pihak khalayak, khususnya pers. Berusaha menunjukkan kinerja yang baik dalam pemberian informasi kebijakan, undang-undang, peraturan-peraturan dan kegiatan DPRD yang menunjang otonomi daerah. Berikut kutipan penjelasan Wakil Pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Saya beserta pimpinan berusaha menunjukkan kinerja yang baik di mata seluruh anggota, khususnya kinerja dalam pemberian informasi kebijakan, undang-undang dan peraturan-peraturan. Posisi lembaga DPRD seperti yang kita ketahui sebagai perlengkapan perangkat pemerintahan daerah di Kabupaten Kuningan. Tentunya kami berupaya dapat menjadi sumber informasi handal terhadap pihak khalayak DPRD. Khususnya pers, dalam penyampaian segala bentuk kegiatan DPRD yang menunjang otonomi daerah. Karena, kami ingin dari awal sampai akhir penugasan, tidak ada sesuatu citra negatif dari anggota dan lembaga DPRD”.*<sup>121</sup>

Landasan Humas dapat mengkomunikasikan segala bentuk kegiatan baik yang sudah terjadwal maupun yang belum terjadwal terhadap semua alat kelengkapan dewan dan pihak eksternal sebagai khalayak sasaran. Artinya, Humas selama ini berkoordinasi dengan divisi lain dapat menjadi bagian dari pemerintahan, sehingga mengoptimalkan fungsi legislatif secara selaras dan

<sup>120</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Oyo Sukarya Anggota DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>121</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Acep Purnama Wakil Pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

proaktif. Selain itu koordinasi ini sebagai upaya Humas mendapatkan informasi muthakhir / *up to date* yang dibutuhkan oleh khalayak. Karena sesuai fungsi utamanya Humas DPRD adalah menjaga citra lembaga. Seperti kutipan pernyataan Wakil Pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Landasan divisi Humas dalam mengkomunikasikan segala sesuatu kegiatan yang terjadwal dan belum terjadwal. Dikomunikasikan Humas terhadap semua lini / alat kelengkapan dewan. Tujuan kami dapat menjadi bagian dari pemerintahan sesuai fungsi legislatif harus selaras dan proaktif”*.<sup>122</sup>

Hal ini dibenarkan oleh kutipan penjelasan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*‘Mengacu kepada tujuan organisasi, Humas berkoordinasi dan bekerja sama dengan divisi lain dalam upaya mendapatkan informasi muthakhir / uptodate yang dibutuhkan oleh khalayak. Tugas utama Humas menjaga citra lembaga. Tugas ini tidaklah ringan perlu upaya-upaya agar publik memahami dan menghayati akan tugas pokok dan fungsi lembaga. Melalui media Humas berperan dalam menciptakan tujuan tersebut, disamping kemampuan mengadakan komunikasi dengan pihak-pihak yang senantiasa dijadikan alat komunikasi dalam mencapai tujuan lembaga. Dalam pelaksanaan tugas Humas ini tentunya diperlukan penentuan langkah dan kebijakan serta kemampuan berkomunikasi dan berkoordinasi. Mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan DPRD antara pimpinan dan anggota / pihak yang terkait, selain memberikan sarana dan pertimbangan kepada atasan demi kelancaran pelaksanaan.*“<sup>123</sup>

#### 4.2.5 Evaluasi (*Evaluating*)

Begitu juga sebagai pengontrol, pengendali dan penanggung jawab program informasi dan komunikasi Humas diawasi oleh Kabag Humas. Fungsinya adalah memberikan petunjuk pelaksanaan tugas termasuk pengendalian dan pengawasan terhadap bawahan. Namun demikian, Kabag Humas tetap melaporkan perkembangan kepada Sekretaris DPRD sebagai bentuk pengawasan melekat (*waskat*) memonitor pelaksanaan program Humas. Selain pengawasan internal ada lembaga lain Badan Pengawas Daerah tingkat Provinsi Jawa Barat yang memonitor dan memeriksa program Sekretariat

<sup>122</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Acep Purnama Wakil Pimpinan DPRD Kabupaten Kuningan Jawa barat

<sup>123</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

DPRD, termasuk program divisi Humas. Sesuai kutipan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Yang melaksanakan pengawasan adalah Kepala Bagian (KABAG) Humas. Karena sesuai SOTK, fungsi Kabag Humas memberikan petunjuk pelaksanaan tugas termasuk pengendalian dan pengawasan terhadap bawahan. Namun demikian, Kabag tetap melaporkan perkembangan kepada Sekretaris DPRD sebagai atasan langsung. Karena Sekretaris DPRD sebagai bentuk pengawasan melekat (waskat) memonitor pelaksanaan program Humas. Selain pengawasan intern ada lembaga lain (pemeriksa seperti Badan Pengawasan Daerah (bawasda) tingkat Provinsi Jawa Barat. Hal ini sesuai dengan Tugas Pokok Fungsi (tupoksi) yaitu memonitor dan memeriksa program Sekretariat DPRD, termasuk program divisi Humas”.*<sup>124</sup>

Dampak dari strategi Humas dalam membina hubungan dengan pers dalam pengkomunikasian informasi dirasakan sudah cukup baik. Tolak ukur pencapaian ini terlihat dari hasil kegiatan evaluasi dan analisa kliping pemberitaan kegiatan dan produk DPRD selama 4 bulan sekali. Ada banyak produk DPRD yang dibahas dan dimuat di media massa. Media cetak atau media elektronik mana yang sudah menginformasikan produk dan kegiatan DPRD tersebut, dievaluasi dan dianalisa kemudian didiskusikan dengan pihak terkait dan Sekretaris DPRD. Sesuai Kutipan penjelasan Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan.

*“Dampak strategi Humas dalam membina hubungan dengan pers dalam pengkomunikasian informasi Humas dirasakan cukup baik, tolak ukur pencapaiannya melalui hasil kegiatan evaluasi dan analisa kliping pemberitaan kegiatan dan produk DPRD selama 4 bulan sekali. Ada banyak produk-produk DPRD yang dibahas dimuat di media massa. Media cetak atau media elektronik mana yang sudah menginformasikan produk-produk DPRD tersebut, dievaluasi dan dianalisa kemudian didiskusikan dengan pihak terkait dan Sekretaris DPRD”.*<sup>125</sup>

Proses kegiatan Humas dan organisasi saat ini dikatakan sudah saling menunjang. Hal ini terlihat dari hasil evaluasi tulisan pers tentang DPRD yang dikliping menyatakan 80 % bersifat positif dan 20 % bersifat negatif.

---

<sup>124</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

<sup>125</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

Berdasarkan evaluasi ini seluruh program dapat dilaksanakan sesuai dengan rancangan dan walaupun ada kekurangan dijadikan perbaikan untuk tahun yang akan datang. Strategi Humas dalam membina hubungan dengan pers dalam pelaksanaannya tidak 100 % berhasil, sesuai fungsi sosial kontrol, pers tetap memberikan kritik dan saran terhadap lembaga DPRD. Sesuai kutipan dari informasi Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

*“Proses kegiatan Humas dan proses organisasi saat ini dikatakan sudah saling menunjang. Hal ini terlihat dari hasil evaluasi tulisan pers tentang DPRD yang dikliping menyatakan 80 % bersifat positif, dan 20 % nya bersifat negatif. Hal itu menandakan sudah cukup baik dalam pembinaan hubungan dengan pers. Berdasarkan evaluasi ini, seluruh program dapat dilaksanakan sesuai dengan rancangan dan walaupun ada kekurangan dijadikan perbaikan untuk tahun yang akan datang”.*<sup>126</sup>

### 4.3 Pembahasan

Pada bagian ini penulis akan menguraikan analisa hasil penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara dan data-data sebagai gambaran mengenai strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pers.

Dari hasil penelitian ini diketahui gambaran seorang praktisi Humas dalam menyusun strategi yang dipergunakan untuk menjangkau khalayak sasaran guna mewujudkan tujuan yang hendak dicapai dalam program atau kegiatan Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pihak pers. Ini bukanlah pekerjaan yang mudah, namun memerlukan pemikiran dan analisa yang kuat.

PR atau Humas dipandang memiliki peran kunci, maka fungsi dan strukturnya akan diletakkan sedekat mungkin dengan level tertinggi. Karena, hal

---

<sup>126</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat

ini berkaitan dengan akses PR atau Humas untuk mendapatkan informasi dari segala divisi dengan segala tingkat kerahasiaan.

Rendahnya jabatan PR atau Humas untuk mendapatkan akses langsung ke puncak pimpinan, serta banyak divisi akan menimbulkan banyak persoalan yang tidak sederhana. Kedekatan fungsinya Humas dengan media massa tanpa disertai informasi yang cukup untuk diberikan pada media, akan membuat *blunder* organisasi, terutama dalam pembentukan citra melalui pemberitaan<sup>127</sup>.

Fungsi koordinasi dengan divisi lain dan fungsi PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat menempatkannya pada posisi yang benar. Fungsi PR atau Humas DPRD sebagai jembatanisasi informasi juga *gatekeeper* organisasi, sehingga adanya kesamaan informasi dalam lembaga DPRD. Imbauan ini dalam aplikasinya pimpinan DPRD selalu mengingatkan anggota, walaupun setiap personil mempunyai kewenangan dalam memberikan informasi kegiatan DPRD kepada khalayak, itu dilakukan setelah koordinasi terdahulu.

Untuk strategi Humas dirancang guna terciptanya situasi yang kondusif, harmonis dan terbentuknya citra positif masyarakat adalah tujuan jangka panjang Humas DPRD. Sedangkan, tujuan jangka pendeknya adalah masyarakat mengerti dan memahami program dan kegiatan DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Sesuai kutipan penjelasan Bapak Andi Mursyid Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, di sini tujuan dan strategi Humas membina hubungan baik dengan pers ditetapkan guna menopang tujuan dalam mengkomunikasikan / menginformasikan kegiatan-kegiatan wakil rakyat terhadap masyarakat sesuai dengan visi dan misi DPRD.

---

Sesuai hasil temuan data, program kerja Humas belum optimal. Karena tidak adanya persyarata baku seorang yang menjabat sebagai Humas pemerintah dari BKD (Badan Kepegawaian Daerah) Kabupaten Kuningan, kurangnya sosialisasi mengenai fungsi dan peran Humas DPRD sesuai SK Bupati Kuningan dalam pasal 8 dan 9. Hal ini mempengaruhi kinerja dan strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam membina hubungan dengan pers.

Berdasarkan hasil penilitaian penulis pada perencanaan pembuatan strategi yang dilakukan Humas DPRD Kabupaten Kuningan dalam membina hubungan dengan pers melalui empat tahapan yaitu : pengumpulan data, perencanaan, pengkomunikasian dan evaluasi.

Dari hasil temuan data tersebut dijadikan sebagai acuan strategi Humas DPRD Kabupaten Kuningan dalam membina hubungan baik dengan pers. Hal ini ditetapkan guna menopang tujuan dalam mengkomunikasikan / menginformasikan kegiatan-kegiatan wakil rakyat terhadap masyarakat.

Dalam kegiatan perencanaan biasanya diperhitungkan tindakan yang akan dilakukan, sumber daya manusia, sumber daya finansial, juga memperhitungkan aspek internal dan aspek eksternal organisasi.<sup>128</sup>

Informasi ini, baik berupa isu atau imbauan akan disampaikan kepada seluruh khalayak sasaran PR atau Humas DPRD seperti pers, LSM, aparatur negara, tokoh masyarakat dan masyarakat luas. Sesuai kebutuhan dan kepentingannya masing-masing khalayak secara transparansi mendapatkan

---

<sup>128</sup> Yosai Iriantara, 2005, *MEDIA RELATIONS Konsep, Pendekatan dan Praktik*, Bandung; PT Simbiosis Rekatama Media, hal.47

<sup>2</sup> Silih Agung Wasesa, 2005, *STRATEGI PUBLIC RELATIONS Bagaimana Strategi Public Relations dari 36 merek global dan local Membangun Citra, Mengendalikan Krisis, dan merebut hati konsumen*, Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama, hal.104

informasi kegiatan DPRD. Dengan demikian terjaga citra positif fungsi lembaga DPRD dan terpeliharanya pembentukan opini positif masyarakat selama ini terhadap kinerja DPRD. Meningkatnya kepercayaan publik sebagai perwujudan tujuan visi dan misi organisasi DPRD dalam upaya mensejahterakan masyarakat Kabupaten Kuningan.

Dalam membina hubungan dengan pers, praktisi PR atau Humas menentukan strategi yang akan digunakan. Strategi *media relations* merupakan sekumpulan kebijakan dan taktik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan kegiatan membina hubungan dengan pers mengacu pada tujuan organisasi.<sup>129</sup>

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan membina hubungan dengan pers, dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran publik
2. Mengubah sikap publik dari anti menjadi netral dan dari netral menjadi mendukung terhadap tindakan yang dilakukan organisasi
3. Mendorong tindakan publik untuk mendukung kebijakan organisasi.

Taktik-taktik yang dikembangkan dari strategi untuk mencapai tujuannya, meliputi :

1. Terus menerus mengembangkan materi PR atau Humas untuk media massa.
2. Menggunakan berbagai media yang ada untuk menyampaikan pesan kepada publik.
3. Membangun dan memelihara kontak dengan media massa.
4. Memosisikan organisasi sebagai sumber informasi handal untuk media massa dalam bidang tertentu

---

<sup>129</sup> Yosai Iriantara, 2005, *MEDIA RELATIONS Konsep, Pendekatan dan Praktik*, Bandung; PT Simbiosis Rekatama Media, hal.90



5. Memosisikan pimpinan organisasi sebagai juru bicara atau ketua dalam asosiasi profesi.
6. Selalu berkoordinasi dengan bagian lain dalam organisasi sehingga selalu mendapatkan informasi mutakhir.

Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat mempunyai strategi dalam membina hubungan dengan pers. Strategi ini ditetapkan oleh pihak Humas mengacu pada tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan informasi dan komunikasi. Bila dilihat dari strateginya, Humas DPRD sudah memahami strategi apa yang sesuai untuk dilaksanakan guna mencapai tujuan kegiatan membina hubungan dengan pers.

Dalam pelaksanaan dan pengkomunikasian kegiatan Humas DPRD Kabupaten Kuningan dengan internal dan eksternal, menggunakan taktik-taktik tertentu melalui berbagai media cetak dan elektronik. Namun, perlu dipertimbangkan lagi dalam pemilihan media Humas sehingga benar-benar tepat sasaran dan tepat guna. Hal ini untuk menjangkau masyarakat pedesaan yang jarang membaca media cetak. Dalam penyampaian informasi agar dikemas dalam bahasa yang jelas dan sederhana. Sedangkan untuk penyampaian pesan khusus secara mendetail biasanya melalui bulletin dan majalah info. Taktik yang digunakan oleh pihak Humas DPRD sudah mendekati kepada taktik / strategi sesuai teori yang telah diuraikan di atas .

Prinsip umum yang perlu diperhatikan oleh setiap praktisi Humas dalam rangka menciptakan dan membina hubungan pers yang baik.<sup>130</sup>

- a. Memahami dan melayani media.
- b. Membangun reputasi.

---

<sup>130</sup> Frank Jefkins, 1992, *Public Relations edisi keempat*, Jakarta ; PT Erlangga, hal. 101

- c. Menyediakan salinan yang baik.
- d. Bekerjasama dalam penyediaan materi
- e. Menyediakan fasilitas verifikasi (membuktikan kebenaran) atas setiap materi.
- f. Membangun hubungan personal.

Prinsip-prinsip sebagai landasan praktisi PR atau Humas dalam menjalin hubungan dengan pihak pers dilapangan, sebagai berikut:<sup>131</sup>

- a. Mutlak adanya kejujuran, dan keterusterangan.
- b. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada kepada pers / media.
- c. Tidak meminta-minta atau mengemis kepada pers / media.
- d. Tidak menutup saluran informasi.
- e. Tidak terlalu membanjiri berbagai publisitas di media massa yang tidak jelas tujuannya atau sasaran yang hendak dicapai.
- f. Selalu meng-*update* setiap daftar nama reporter, tugas peliputannya, alamat telepon redaksi, agar saling mengenal dengan baik antar kedua belah pihak dalam upaya membangun “*good press relationship*”

Pada prakteknya, Humas DPRD sudah berdasarkan prinsip-prinsip dasar dalam membina hubungan dengan pers. Namun untuk pembinaan hubungan kontak dengan pers, Humas DPRD hanya sebatas memperkokoh hubungan personal secara informal. Sedangkan kontak secara formal dengan pihak pers seperti kegiatan konferensi pers belum terlaksana.

Kelemahan yang dimiliki SDM yang tersedia pada divisi Humas DPRD kurang memiliki keterampilan menulis yang cukup baik. Hal ini terlihat dilapangan, Humas hanya memberikan data / informasi mentah, selanjutnya

---

<sup>131</sup> Rosady Ruslan, 2005, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta; PT RajaGrafindo Persada, hal.65

dikembangkan sesuai versi masing-masing pers untuk diinformasikan kepada khalayak publik. Proaktif dari Humas masih dirasakan kurang, karena Humas hanya menunggu wartawan yang datang untuk klarifikasi suatu informasi pemberitaan. Tanpa melalui pihak Humas, pihak pers sendiri lebih suka menemui langsung nara sumber karena informasinya dianggap lebih *original*.

Untuk itu, sebaiknya dalam mengembangkan strategi membina hubungan dengan pers, hendaknya pihak Humas memperhitungkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki SDM Humas. Saat ini Humas DPRD Kabupaten Kuningan cukup memahami tentang hal tersebut. Karena, terbukti untuk kegiatan-kegiatan tertentu yang tidak bisa dilakukan sendiri oleh Humas, dibantu oleh pihak luar lembaga yakni PWI sebagai *agency* / konsultannya.

Dalam mengembangkan strategi membina hubungan dengan pers ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Melihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki SDM organisasi juga memperhatikan pula peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal organisasi. Dengan memperhatikan dimensi teknis atau prinsip yang berkenaan dalam membina hubungan dengan pers, yang perlu diperhatikan adalah dimensi etis. Karena, etika profesi Humas maupun pers bisa melahirkan praktik yang bermartabat, menjalin relasi dan komunikasi demi kemaslahatan bersama (*mutual benefit*).

Secara keseluruhan hubungan Humas dan lembaga DPRD dengan pihak pers sudah baik. Memahami etika profesi masing-masing melalui komunikatif dan dialogis, Humas dengan pers berusaha menciptakan kearah situasi yang kondusif atas suatu informasi.

Suatu kegiatan informasi dan komunikasi program Humas akan berjalan lancar sesuai tujuan, jika adanya upaya pengontrolan. Hal ini dilakukan sebagai

peringatan dini bila terjadi penyimpangan program dari tujuan yang sudah ditetapkan. Demikian halnya dengan kegiatan dalam membina hubungan dengan pers, perlu adanya pengawasandan pengendalian. Selama ini Kabag Humas DPRD Kabupaten Kuningan beserta staf melaksanakan program Humas sesuai fungsinya. Sehingga diharapkan kegiatan ini berjalan dengan baik dan efektif.

Untuk pengawasan dan pengontrolan dilakukan oleh Kabag Humas DPRD dalam pengendalian dan monitoring langsung terhadap staf bawahannya. Namun hal ini dikomunikasikan kepada pihak internal yaitu Sekretaris DPRD sesuai fungsinya sebagai bentuk pengawasan melekat (*waskat*) memonitor pelaksanaan program Humas. Pengawasan program divisi Humas juga dilakukan pihak eksternal dari lembaga lain yaitu Badan Pengawas Daerah tingkat Provinsi Jawa Barat.

Perbaikan program / kegiatan Humas dalam membina hubungan dengan pers dimasa depan, tentunya berdasarkan hasil evaluasi. Melalui komponen-komponen komunikasinya, Humas DPRD selama ini cukup mampu mengkomunikasikan seluruh program informasi kepada pers, LSM, aparatur pemerintahan tokoh masyarakat, dan khalayak luas. Evaluasi dan analisa dalam mekanisme dalam membina hubungan dengan pers dilakukan oleh Kabag Humas. sebagai tolak ukur (*out put*) dari komunikasi Humas. Dampak dari strategi Humas dalam membina hubungan dengan pers dirasakan sudah cukup baik. Sesuai hasil kegiatan evaluasi dan analisa kliping pemberitaan kegiatan dan produk DPRD selama 4 bulan sekali, dievaluasi dan dianalisa kemudian didiskusikan dengan pihak terkait dan Sekretaris DPRD.

Berdasarkan dari hasil evaluasi menyatakan 80 % bersifat positif dan 20 % bersifat negatif, ini menunjukkan Proses kegiatan Humas dan organisasi saat ini dikatakan sudah saling menunjang. Memang dalam pelaksanaannya Strategi Humas dalam membina hubungan dengan pers tidak 100 %.

Dengan demikian, manakala memutuskan untuk menjaga citra positif lembaga DPRD sebagai tujuan utama fungsi kehumasan DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, pembinaan hubungan baik dengan pers adalah persyaratan yang utama. Hanya pada prinsipnya, menjaga citra positif lembaga DPRD artinya terbuka pada publik sekaligus kejelian Humas menganalisis isu informasi / berita apa yang berkembang pada persepsi publik atas lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

1. Kebiasaan pers yang langsung menemui narasumber dalam meminta informasi dan konfirmasi tanpa melalui pihak Humas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat, menyebabkan kurang harmonisnya pihak Humas dengan pers. Karena, pers menganggap informasi dari narasumber lebih *original*.
2. Tidak adanya persyaratan baku yang terinci dari Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Kabupaten Kuningan terhadap Pegawai Negeri Sipil untuk menjadi praktisi PR atau Humas pemerintah dan terbatasnya anggaran seminar / pelatihan. Hal tersebut mempengaruhi cara / teknik PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan dalam membina hubungan dengan pers, sehingga program kerja Humas kurang optimal.
3. Untuk saat ini pemeliharaan kontak humas dengan media massa baru sebatas hubungan kontak informal secara personal seperti wawancara pers. Sedangkan kegiatan yang bersifat kontak informal seperti konferensi pers belum dapat dilakukan, karena keterbatasan SDM dan fasilitas Humas DPRD.

#### **5.2 SARAN**

Melihat pentingnya membina hubungan dengan pers berpengaruh dalam kegiatan PR atau Humas DPRD Kabupaten Kuningan, itu bila dikaitkan dengan

sumber informasi yang dipandang terpercaya oleh khalayak saat ini. Maka penulis menyarankan :

1. Perlu adanya Prosedur Tetap (Protap) dari pihak Humas DPRD, yang diberlakukan dan disosialisasikan terhadap pihak internal dalam memberikan informasi dan pihak eksternal dalam meminta informasi mengenai kegiatan dan lembaga DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Hal ini untuk memperjelas fungsi dan peran Humas DPRD, sehingga dipahami oleh betul oleh pihak internal dan eksternal.
2. Perlunya pembahasan dan pengkajian ketentuan persyaratan baku dari BKD (Badan Kepegawaian Daerah) Kabupaten Kuningan untuk penambahan SDM / praktisi Humas pemerintah dari lulusan disiplin ilmu kehumasan. Yaitu, SDM yang memiliki keterampilan teknis dan memiliki kemampuan menganalisa situasi komunikasi, sehingga kegiatan publisitas DPRD Kabupaten Kuningan Jawa Barat terlaksana dengan maksimal.
3. Sebaiknya diadakan pembentukan tim media di divisi Humas (Koordinator, juru bicara dan penulis). Hal ini sebagai acuan kerja staf Humas dalam kegiatan informasi dan komunikasi, sehingga peran Humas Khususnya dalam publisitas lebih optimal.
4. Perlunya pelatihan dan seminar yang berkaitan dengan ilmu kehumasan untuk menambah wawasan dan kemampuan praktisi Hmas dalam menyelenggarakan *event* yang bernilai berita, inovatif, baru dan distingtif.
5. Perlunya jalinan hubungan Humas dengan pers baik sebagai relasi tugas maupun relasi pribadi. Humas juga sebaiknya selalu meng-*up date* setiap daftar nama reporter, tugas peliputannya, alamat dan telepon redaksi dan sebagainya.