

ABSTRACT

This research is about "Strategic Media Relations PR House of Representatives through the TV news Parliament in controlling the House of Representatives, with case studies Selection of the Chairman of Parliament in the period 2014-2019". Public Relations of the House has a strategic role to bridge the House with the public in communicating information regarding the activities of the House. PR activities are carried out solely as long-term investments aimed at imparting knowledge to the public on the duties, functions and activities of the institution Parliament, one of the activities is the TV Parliament, serves broadcast daily news and information with accuracy, reliability and transparency of Parliament. Parliament TV also keep the Parliament and media relations. Parliament TV strategy in controlling the news of one of them by admonishing journalists directly and politely with the principle of proportionate, balanced and give input to the appropriate resource. Actually, this is where the function or role of an actual PR that is capable of interacting processes of political communication to the public and mass media are balanced, intelligent and polite, and manage the effects on public opinion that is formed in the community as a strategy to control the news. This study used a qualitative methodology with the constructivist paradigm, and using the case study method. The technique of collecting data by interviewing informants who are experts in their field and have linkages with research.

The results showed that media relations PR DPR run to get the output or achievement of the final result, but not yet at the stage of communicating effectively. Publicist only perform the function of publicity, do not follow the news effect that can shape public opinion and develop in society. Publicist did not succeed in forming and influencing public opinion. External challenges media PR is often mistaken by generalizing personal image with the image of the House as an institution. Internal challenges, the formation of the Parliament's internal information flow has not been systematically, there has been no systematic public relations management strategy, integrated and coordinated, not optimal Secretariat conducted public relations support for the House of Representatives.

Key words : media relations strategy, public relation, news

ABSTRAK

Penelitian ini adalah tentang "Strategi Media Relation Humas DPR RI melalui TV Parlemen dalam mengendalikan berita DPR RI, dengan studi kasus Pemilihan Ketua DPR RI pada periode 2014-2019". Humas DPR memiliki peran sangat strategis menjembatani DPR dengan publik dalam menyampaikan informasi terkait kegiatan DPR. Kegiatan humas yang dijalankan semata-mata sebagai investasi jangka panjang bertujuan menanamkan pengetahuan kepada masyarakat akan tugas, fungsi dan kegiatan lembaga DPR, salah satu kegiatannya adalah TV Parlemen, berfungsi menyiarkan berita harian dan informasi dengan akurasi, keandalan dan transparan tentang DPR. TV Parlemen juga menjaga hubungan DPR dan media. Strategi TV Parlemen dalam mengendalikan berita salah satunya dengan menegur wartawan secara langsung dan santun dengan azas proporsional, berimbang dan memberikan masukan dalam penentuan nara sumber yang tepat. Sebenarnya disinilah fungsi atau peran humas yang sebenarnya yaitu mampu melakukan interaksi proses komunikasi politik kepada masyarakat dan media massa secara berimbang, cerdas dan santun, dan mengelola efek atas opini publik yang terbentuk di masyarakat sebagai strategi dalam mengendalikan berita. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan paradigma konstruktivis, dan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara beberapa informan yang ahli dalam bidangnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan hubungan media yang dijalankan humas DPR untuk mendapatkan output atau hasil akhir tercapainya tujuan, tetapi belum pada tahap melakukan komunikasi secara efektif. Humas hanya menjalankan fungsi publisitas, tidak menindaklanjuti efek berita yang dapat membentuk opini publik dan berkembang di masyarakat. Humas tidak berhasil membentuk dan mempengaruhi opini publik. Tantangan eksternal humas adalah media sering kali keliru dengan melakukan generalisasi citra pribadi dengan citra DPR sebagai sebuah lembaga. Tantangan internal, pembentukan arus informasi internal DPR belum sistematis, belum ada strategi pengelolaan kehumasan yang sistematis, terintegrasi dan terkoordinasi, belum optimalnya dukungan kehumasan yang dilakukan Setjen DPR RI.

Kata kunci : strategi hubungan media, humas, pemberitaan