

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan *Public relations* maju dengan pesatnya. Setiap instansi dipastikan membutuhkan praktisi *public relations*. Keberadaannya sangat dibutuhkan karena *Public relations* mempunyai peran yang sangat penting dalam suatu instansi tersebut. Kemajuan dan kemunduran instansi tergantung dengan kinerja *public relations* sendiri. *Public relations* merupakan profesi yang menjadi mediator antara lembaga yang

Bagi seorang *public relations*, melakukan kegiatan *media relations* adalah salah satu hal yang sangat penting. Peran yang dibuat oleh seorang *public relations* tidak akan memiliki arti apabila *public relations* tersebut tidak melakukan hubungan dengan media. *Media relations* itu sendiri salah satu kegiatan *public relations* yang berhubungan dengan media massa dalam hal publikasi organisasi atau perusahaan tempat ia bekerja. Ketika melakukan kegiatan *media relations*, hubungan baik yang terbangun antara praktisi *public relations* dengan media massa bukanlah tujuan utama. Tujuan utama dari kegiatan *media relations* ini adalah terciptanya kepercayaan dalam diri masyarakat (*stakeholder*) terhadap perusahaan atau organisasi tersebut. Untuk mencapai tujuannya, seorang praktisi *public relations* membutuhkan media massa agar dapat menjangkau *stakeholder* nya yang bersifat heterogen dan berada ditempat yang terpisah-pisah.

Berdasarkan hal tersebut, maka dibutuhkan hubungan yang baik antara praktisi *public relations* dengan wartawan supaya pesan yang dibuat oleh praktisi *public relations* tersebut dapat dipublikasikan oleh media massa dan sampai kepada masyarakat. (mediapublica.co diakses pada tanggal 26/03/2015)

Suku Dinas Kominfo Jakarta Selatan adalah sebagai tempat membina hubungan baik dan membangun citra positif Pemerintah Kota kepada publik. Pelayanan publik itu sendiri merupakan kegiatan atau rangkaian pemenuhan kebutuhan pelayanan. Pelayanan Publik yang tidak dibarengi dengan keterbukaan

informasi publik justru akan menjauhkan harapan masyarakat terhadap kualitas pelayanan itu sendiri dan dapat menimbulkan penyalahgunaan kewenangan didalam penyelenggaraan Pemerintah Kota untuk diawasi publik, penyelenggara Pemerintah Kota tersebut makin dapat dipertanggung jawabkan.

Hak setiap orang untuk memperoleh informasi juga relevan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan juga keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan publik. Keterbukaan informasi dapat memberikan akses kepada publik untuk memperoleh informasi yang bermanfaat sekaligus sebagai sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan Pemerintah Kota dan Badan publik lainnya dalam segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik sesuai dengan kapasitas masing-masing. Dengan membuka akses publik terhadap informasi diharapkan badan publik termotivasi untuk bertanggung jawab dan berorientasi pada pelayanan masyarakat yang sebaik-baiknya.

Dengan demikian, hal itu dapat mempercepat perwujudan pemerintah terbuka yang merupakan upaya strategis mencegah praktik Korupsi, kolusi dan Nepotisme (KKN), dan tidak hanya pemerintahan yang baik (*good government*), tapi juga menuju pemerintahan yang bersih (*clean govermance*). Hal ini berarti bahwa Pusat Pelayanan Informasi Publik akan menjadi jendela Pemerintah Kota bagi masyarakat sehingga pelaksanaan pembangunan yang dilakukakn oleh Pemerintah Kota dapat kompetitif, terbuka dan transparan. Disamping itu, unit kerja ini akan sangat terkait dengan kegiatan jajaran pimpinan Pemerintah Kota, baik dalam mengatur acara/kegiatan (*protokoler*) maupun penyiapan lampiran rapat kerja. Dengan demikian, pelayanan kepada jajaran pimpinan pemerintah kota menjadi bagian dari Pusat Komunikasi (puskom). (Sudin Kominfomas 2012, hlm.23).

Humas memiliki peran yang kuat dalam terciptanya suatu hubungan, baik itu hubungan ke dalam publik internal maupun hubungan ke luar dengan publik eksternal. Humas juga memiliki peran dalam bentuk opini publik yang positif, sehingga dari opini yang terbentuk tersebut akhirnya akan menciptakan citra suatu organisasi/perusahaan, oleh karena itu humas memiliki kewenangan yang luas

dalam mendapatkan segala informasi yang ada dan menyebarkan informasi kepada publik terkait.

Peran Humas dalam sebuah perusahaan atau organisasi sangat besar. Hal ini terlihat dari definisi *public relations* yang bertujuan untuk menciptakan, memelihara dan mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yaitu publik. Dalam hal ini Humas memiliki peran komunikasi yang membentuk sebuah hubungan yang menciptakan *mutual understanding* antar organisasi dengan publiknya. Perusahaan harus mampu berkomunikasi dengan baik oleh publik di sekitarnya. Tugas Humas bukan sekedar menciptakan citra seolah-olah terlihat kuat dalam posisi keberadaannya saja. Namun juga menciptakan agar organisasi kondusif, memiliki iklim kerja yang sehat, kuat dalam hubungan sosial serta mempunyai kinerja sumberdaya manusia yang tinggi. Humas dalam hal ini adalah menilai sikap publik agar tercipta keserasian antara masyarakat dalam kebijakan organisasi, membantu aturan bermain. Bersama melalui saluran komunikasi kedalam dan keluar agar terciptanya saling pengertian atau kerjasama antara organisasi dengan publiknya.

Dalam suatu perusahaan pasti akan rentan sekali terkena krisis, ruang lingkup dan fungsi *public relations* didalam aktivitas manajemen perusahaan akan berhadapan dengan dua situasi yang berbeda dan bertentangan. Yang pertama adalah kegiatan *public relations* secara "normal", kemudian kedua adalah berhadapan dengan masalah *cutial point* (genting) atau saat perusahaan dalam keadaan "krisis. Situasi seperti inilah yang paling sulit karena dapat mengakibatkan kerugian besar pada perusahaan, sebagai akibat kesalahan yang bersumber dari dalam maupun luar, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Dilain pihak perusahaan akan berhadapan dengan sorotan yang bernada negatif dari masyarakat dan karyawannya.

Dalam komunikasi sangatlah penting adanya proses kesamaan makna dan persepsi. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri, begitu juga halnya dengan perusahaan. Dengan komunikasi baik, suatu perusahaan dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya hambatan baik kesalahan komunikasi maupun perbedaan interpretasi. Komunikasi internal dan eksternal bertujuan agar para karyawan mengetahui apa yang sedang dipikirkan karyawan dan publiknya.

Dengan saling memahami kebutuhan dari masing-masing pihak, manajemen, karyawan, dan publik maka masing-masing pihak akan saling menghargai.

Humas mencakup berbagai hubungan yang semuanya bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis baik dalam upaya membina hubungan internal maupun eksternal. Humas tidak hanya berperan sebagai komunikator, namun juga harus dapat menjadi pendengar yang baik. Karena seorang praktisi Humas harus mengetahui dan memahami pendapat publik mengenai organisasi yang sedang menjadi tanggung jawabnya. Tak jarang Humas dapat mendengarkan opini yang berbeda-beda dari setiap publiknya.

Diakui atau tidak Humas saat ini kian banyak dikenal dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam berbagai perusahaan dan instansi yang berkepentingan langsung dengan Humas. Bahkan saat ini, divisi Humas dianggap sebagai suatu kebutuhan yang mesti ada dalam sebuah perusahaan/organisasi guna membangun hubungan dengan masyarakat dan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Seorang praktisi Humas harus menjaga dan meningkatkan citra yang telah terbentuk dari perusahaan/organisasi yang diwakilinya, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dan isu yang dapat merugikan bagi perusahaan. Pemerintah kota Jakarta selatan merupakan satu satunya pemerintah yang memiliki nilai strategis bukan hanya berlokasi di ibukota Negara, namun juga berada di lokasi pusat ekonomi, bisnis, perdagangan, dll. Nilai strategis ini merupakan modal dasar untuk melakukan pelayanan publik yang maksimal.

Media sebagai bagian dari alat perputaran informasi memiliki peranan yang sangat vital dalam mencari dan menyampaikan informasi kepada publik luas. Perusahaan yang memiliki kepentingan dengan publik tidak akan memandang remeh suatu kekuatan media. Dari media opini publik bisa terbentuk, opini ini bisa membangun sekaligus bisa menjatuhkan reputasi suatu perusahaan. Tugas yang tidak bisa ditawar oleh suatu perusahaan bisa mengambil keuntungan mendapatkan informasi terbaru yang erat hubungannya dengan jalannya perusahaan tersebut.

Menjalin dan menjaga hubungan baik dengan media merupakan cara efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi atau perusahaan di mata *stakeholder*. *Media relations* sangat penting artinya sebagai

komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya. Disisi lain, fungsi *Media Relations* yang berjalan baik sangat bermanfaat bagi aktifitas lembaga karena pihak media memberi perhatian pada isu-isu yang diperjuangkan.

Untuk mempermudah tugasnya, humas membutuhkan media massa, juga sebaliknya media massa membutuhkan humas sebagai sumber berita bagi media massa tersebut, karena itu dalam perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan para wartawan media, karena seorang humas bisa juga menjadi sumber informasi yang dibutuhkan oleh wartawan ketika wartawan itu membutuhkan informasi yang berhubungan dengan informasi yang berhubungan dengan perusahaan, begitu juga sebaliknya. .

Dilatar belakangi banyaknya keluhan dan pertanyaan baik dari kita narasumber di Pemerintah Kota Jakarta Selatan maupun Jurnalis Wartawan tentang keluhan cukup sulitnya masyarakat menghubungi pimpinan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), sulit mendapatkan klarifikasi atau konfirmasi. Di lain pihak itu merupakan tugas wartawan juga salah satu ketentuan Perundangan Pers dan sisi lain para pimpinan Kepala unit, Kepala kantor dan Badan juga merasa yang di beritakan pers tidak sesuai dengan informasi yang disampaikan.

Asisten Kehumasan tentang sambutan yang didampingi oleh Pimpinan Redaksi ANTV menerangkan bahwa semua permintaan publik sudah kita respon dan melaksanakan pelayanannya. Ada sedikit permasalahan ketika Pemerintah Kota melakukan kegiatan positif yaitu media, terutama media lokal yang tidak mengekspose. Dia juga menjelaskan bahwa ada peran pers yang penting untuk membangun kinerja mereka agar lebih baik, meningkatkan pelayanan, membentuk respon, dan sudah melakukan hal positif.

Anggota Pers menjelaskan bahwa, ada tiga unsur yaitu perusahaan, wartawan, masyarakat. Masyarakat boleh melakukan pemantauan kepada pers dalam mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional. Fungsi Dewan Pers adalah melindungi kemerdekaan Pers dari campur tangan pihak lain, pengkajian pengembangan kehidupan, mengawasi kode etik jurnalistik, mengembangkan komunikasi antara Pers, masyarakat dan pemerintah.

Sudah banyak oknum wartawan palsu yang kinerjanya tidak baik memakai nama Dewan Pers yang resmi, dan wartawan palsu itu akan segera ditindak

lanjuti/dilaporkan kepada pihak yang berwajib. Sanksi yang akan diberikan kepada wartawan palsu tersebut yaitu sanksi yang diberikan oleh Dewan Pers yang akan melaporkan kepada yang berwajib. .

Kasudin Kominfo Pemerintah Kota Jakarta menambahkan bahwa kegiatan ini dilaksanakan karena masih banyaknya informasi rinci yang disampaikan tidak sesuai seperti itu, dan membuat ketidaknyamanan dari pihak pimpinan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) terhadap pemberitaan yang disampaikan pers. Seperti lebih dominan pers daripada kita sebagai narasumber berlatar belakang dari itulah mungkin diakomodasi lebih lanjut dari kegiatan ini. (selatan.jakarta.go.id thn, 26/03/2015 hlm. 1)

Kegiatan *media relation* yang dilakukan Humas Sudin Kominfo Pemerintah Kota Jakarta Selatan guna menjalin hubungan yang baik dimata publik salah satunya melalui kegiatan *media relations* yaitu Jejaring Kehumasan yang bertemakan Bijak Menghadapi Media dengan mengundang beberapa dari pimpinan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), anggota pers dan masyarakat yang tentunya menguntungkan bagi eksistensi lembaga sehingga dapat mewujudkan tujuan dari visi misi Kominfo Pemerintah Kota Jakarta Selatan.

Maka Sudin Kominfo Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Selatan mengadakan kegiatan Komunikasi Jejaring Kehumasan Forum dialog peranan Media Massa dalam pembentukan opini publik dengan para pimpinan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang ada di Pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Selatan, agar opini publik seimbang. Demi terciptanya hubungan yang positif dan juga tercapainya target dan tujuan dari perusahaan atau organisasi maka dibutuhkan seorang praktisi *public relations* yang handal dan profesional untuk membantu tugas dari manajemen dalam terciptanya citra yang positif untuk Sudin Kominfo Pemerintah Kota Jakarta Selatan. Dengan melakukan kegiatan Jejaring Kehumasan ini adalah bertujuan untuk membina hubungan baik dengan media dan publik agar Pemerintah Kota Jakarta Selatan lebih mudah dalam menyampaikan informasi.

I.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan sebelumnya kama peneliti merumuskan masalah **“Bagaimana Peranan Humas Suku Dinas Komunikasi Informatika dan Masyarakat Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Selatan Dalam Kegiatan *Media Relations*?”**

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Peranan Humas Suku Dinas Komunikasi Informatika dan Masyarakat Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Selatan Dalam Kegiatan *Media Relations*.

I.4 Manfaat Penelitian

I.4.1 Manfaat teoritis

Secara teoritis diharapkan hasil menelitian dapat memberikan kontribusi pengembangan umumnya dan *public relations* khususnya. Selain itu dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan kegiatan yakni untuk membina hubungan baik kepada media.

I.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para pembaca, menjadi bahan referensi untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lanjutan yang lebih baik yang berkaitan dengan dengan *media relation*. Penelitian ini juga diharapkan menjadi masukan bagi Humas Suku Dinas Komunikasi Informatika dan Masyarakat Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Selatan Terhadap Media dalam Membina hubungan baik Melalui Kegiatan *Media Relations*.

I.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Berisikan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, definisi *Public Relations*, tujuan *Public Relations*, tugas *Public Relations*, fungsi *Public Relations*, kegiatan *Public Relations*, peran *Public Relations*, *media relations*, kegiatan *Media relations*, fungsi dan tujuan *media relations*, dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini Berisi mengenai Pendekatan Penelitian, Sifat Penelitian, Teknik Pengumpulan data, Penetapan *key informan* dan *informan*, Teknik Analisa data, Teknik Keabsahan Data, Definisi Konsep, Fokus penelitian serta waktu dan lokasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

