

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR

A. Kajian Teori

1. Humas

Untuk lebih memahami permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu hubungan baik antara Humas dan media, maka terlebih dahulu peneliti akan mengemukakan beberapa pengertian Humas yang didefinisikan oleh beberapa ahli.

Humas yang merupakan terjemahan dari istilah *Public relations* atau *PR* kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa yang berkepentingan dengannya. Humas adalah penyelenggara komunikasi timbal balik antara suatu lembaga, komunikasi seperti ini ditujukan untuk, menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi terciptanya suatu tujuan, kebijakan dan tujuan lembaga tersebut.

Pengertian Humas menurut Scott M. Cutlip dan Alen H. Center yang mengatakan bahwa Hubungan Masyarakat atau Humas merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap masyarakat sebagai publiknya, mengidentifikasi dan tata cara perusahaan untuk kepentingan publiknya, serta merencanakan dan melaksanakan program kerja untuk memperoleh pengertian, pemahaman dan dukungan masyarakat.⁴

Pengertian Humas lainnya menurut Rex Harlow, seperti dikutip Onong Uchjana⁵, Hubungan Masyarakat adalah merupakan fungsi manajemen yang khas. Hal ini disebabkan karena humas memiliki tugas membantu dan pemeliharaan ikatan antara perusahaan dengan publiknya sejauh hal itu menyangkut kegiatan komunikasi, pengertian, pemahaman dan

⁴Rosady Ruslan, *Praktek Solusi Public Relations Dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta: 1994, hal. 6

⁵Onong Uchjana, *Human Relations dan Public Relations*, CV. Mandar Maju, Bandung: 1993, hal. 118

kerja sama.dalam melakukan fungsinya maka Humas mengikutsertakan manajemen dalam permasalahan,ikut serta dalam menanggapi pendapat publik serta membantu manajemen dalam menghadapi perusahaan secara efektif, dan melakukan komunikasi yang sehat.

Dari dua defenisi Humas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Humas merupakan suatu fungsi manajemen yang kegiatannya bertujuan untuk *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian dan citra baik dari masyarakat. Humas bertugas untuk menciptakan opini publik yang menguntungkan semua pihak. selain itu humas juga berusaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis timbul dari adanya pengertian bersama, *mutual cofidence*, dan citra yang positif. ini semua merupakan langkah-langkah yang harus ditempuh oleh humas untuk mencapai hubungan yang harmonis dengan publiknya.

a. Fungsi Humas

Fungsi adalah pendirian bahwa unsur-unsur yang membentuk masyarakat mempunyai hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi satu sama lain, dimana masing-masing fungsi sendiri dalam masyarakat⁶.

Fungsi dalam bahasa Inggris *functions*, bersumber pada perkataan bahasa latin *functio*, yang berarti penampilan, pembuatan pelaksana, atau kegiatan. Dalam kaitannya dengan humas itu menunjukkan kegiatan yang jelas, yang dapat dibedakan dari kegiatan lainnya. Jadi kalau dipertanyakan apakah humas itu berfungsi, dalam arti kata apakah menunjukkan kegiatan itu jelas dan berbeda dari kegiatan lainnya⁷.

Setelah mengetahui arti Humas, maka pada bagian berikutnya akan dikemukakan pengertian fungsi Humas. Hal ini merupakan hal yang penting, karena Humas merupakan wakil dari suatu organisasi yang berhubungan dan mengadakan komunikasi timbal balik dengan publik sasaran atau

⁶Cangara Hafied, 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, hal 31

⁷MC Quail Danies, 1987, *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, Erlangga, Jakarta, hal.3

masyarakat lainnya. Tujuan dilakukannya komunikasi timbal balik tersebut adalah untuk membangun opini, persepsi dan citra positif bagi perusahaan.

Fungsi utama Humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga atau organisasi.⁸

Menurut Cutlip, Centre dan Canfield fungsi Humas dapat dirumuskan untuk mendukung kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan. Selain itu juga untuk menjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publiknya, mengidentifikasi pendapat publik dan tanggapan masyarakat terhadap perusahaan yang diwakilinya. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada publiknya dan memberikan ide-ide atau saran-saran kepada pihak manajemen untuk kepentingan bersama, serta untuk menciptakan komunikasi dua arah, dan mengatur jalur informasi. Humas juga berfungsi memberi informasi dari perusahaan kepada publiknya atau sebaliknya guna memperoleh citra yang positif dari kedua belah pihak.⁹

Menurut Rosadi Ruslan dalam bukunya “Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi menjelaskan fungsi Humas dalam Manajemen yaitu :

1. Mengevaluasi sikap atau opini publik.
2. Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi atau perusahaan dengan kepentingan publiknya.
3. Merencanakan dan melaksanakan Fungsi Humas.¹⁰

Adapun pihak eksternal tersebut adalah:

⁸Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, PT. Raja Grafindoo Persada, 1998, hal 298

⁹Rosady Ruslan, *Praktik Solusi Publik Relations Dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta: 1994, hal. 20

¹⁰Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Jakarta: 2001, hal. 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Masyarakat disekitar perusahaan
2. Konsumen
3. Media massa
4. Pemerintah atau publik lain yang bergantung pada perusahaan tersebut.

Merujuk kepada pendapat Cutlip, Center dan Canfield mengenai fungsiHumas, maka secara singkat dapat disimpulkan bahwa Humas berfungsi untukmenopang kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan yang di inginkan.

b. Tugas Humas

Tugas Humas yaitu pertama, secara internal maupun eksternal Humasmelakukan kegiatan dengan pendekatan informatif, dedukatif, persuasif.Akibatnya perlu dihindarkan pendekatan yang bersifat imperaktif dan positif.Tugas Humas yang kedua adalah melakukan kegiatan komunikasi lewat kegiatanyang dilakukan secara berencana dan terus-menerus. Kegiatan-kegiatan tersebutmeliputi keterampilan komunikator, pesan yang disampaikan akurat, obyektif,punya daya pengaruh yang kuat guna berhasilnya mencapai sasaran yang telahditetapkan.¹¹

Dalam praktek sehari-hari tugas Humas meliputi kegiatan penyelenggaraan penyampaian informasi baik dalam bentuk lisan maupun tertulis atau dalam bentuk gambar kepada publiknya, dengan demikian publik memperoleh pengertian yang komprehensif mengenai keadaan perusahaan. Selain itu tugas Humas lainnya adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tanggapan publik, serta mempelajari dan menganalisa reaksi publik, baik mengenai kebijakan perusahaan maupun segala macam pendapat. Humas juga harus menjaga hubungan baik dengan publik dan media massa untuk mendapatkan opini publik yang menguntungkan perusahaan.¹²

Dari pernyataan-pernyataan ahli di atas dapat disimpulkan bahwaHumaspada hakekatnya berusaha untuk menciptakan hubungan yang

¹¹A. W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Bumi Aksara, Jakarta: 1993, hal. 53

¹²Ibid. Hal. 54

harmonis antarasuatu lembaga atau organisasi dengan masyarakat. Humas juga berusaha untuk menciptakan pengertian, *goodwill* dan penerimaan masyarakat terhadap organisasinya.

Pada dasarnya keberadaan Humas pada setiap lembaga atau instansi merupakan suatu keharusan dalam rangka memperkenalkan kegiatan dan aktivitas kepada masyarakat yang merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi kepada khalayak melalui media cetak, elektronik dan lain-lain. Meskipun memang harus diakui bahwa masih dirasakan terbatasnya wewenang Humas. Hal ini mungkin disebabkan kedudukan Humas pada suatu perusahaan. Suatu perusahaan yang melaksanakan proses administrasi perusahaan dengan caku dikhawatirkan akan menghambat aktivitas pekerjaan Humas itu sendiri baik kualitas, keterampilan dan lain-lain.

Dalam melaksanakan tugasnya, seorang petugas Humas seringkali berhubungan dengan media massa, baik cetak maupun elektronik mulai dari wartawan, reporter sampai redaktur surat kabar. Sebagai konsekuensinya, petugas Humas diharapkan mampu untuk mengembangkan interaktif yang positif dengan media massa sebagai mitra kerja. Hal ini dilakukan agar perusahaan atau lembaga memperoleh tempat dalam pemberitaan media massa. Akibatnya petugas Humas harus dapat mengerti peranan media massa yang mengharuskan aktualitas serta nilai akurasi berita.¹³

Dengan media cetak maupun media elektronik dalam rangka memperoleh pemberitaan pers yang positif. Kegiatan tersebut meliputi:

1. Menulis dan menyiarkan *Press Release*, foto-foto dan artikel-artikel yang khas mengenai kegiatan perusahaan.
2. Mengorganisasi konferensi pers, resepsi pers dan kunjungan para wartawan ke perusahaan.
3. Mengatur wawancara antara pimpinan perusahaan dengan pihak pers.

2. *Media relations*

¹³Ibid. Hal. 143

Media relations menempati posisi penting dalam pekerjaan seorang Humas karena media massa menjadi penjaga gawang (*Gatekeepers*) dan mengontrol informasi yang mengalir ke masyarakat dalam suatu sistem sosial. Tetapi sayangnya tidak semua Humas menyadari tentang peranan media massa ini. Akibatnya, banyak Humas yang tidak menggunakan media massa secara maksimal, bahkan tidak ada usaha untuk menjalin kerja sama yang baik dengan pekerja-pekerja media yang ada di Institusi media.

Lesly menjelaskan *media relations* merupakan kegiatan yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap organisasi. Lesly memberikan penekanan dalam *media relations* lebih pada publisitas.

Berbeda dengan Lesly, seperti dikutip dari Rosady Ruslan. Frank Jefkins memberikan defenisi *media relations* sebagai berikut: “*Media relations* atau sering disebut dengan hubungan pers adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan”¹⁴.

Dalam upaya membina hubungan media yang baik, Humas harus mengerti seluk beluk media maassa itu sendiri. Misalnya bagaimana surat kabar dan majalah itu diterbitkan dan bagaimana pula program-program televisi dan radio dipublikasi.

Fungsi Humas adalah membina hubungan baik eksternal publik (dalam hal ini pers, karena Humas tidak hanya mengandalkan media internal atau semi eksternal (*House Journal*)) yang dimilikinya, tetapi juga memerlukan media massa untuk mempublikasikan berbagai kegiatan perusahaan/organisasi. Pemeliharaan hubungan baik dengan pers tidak akan membuat kesulitan bagi Humas dalam menyebarkan informasi melalui media massa.

Dari pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa hubungan dengan media merupakan hal yang sangat penting dalam pekerjaan seorang Humas

¹⁴Ibid, hal.167

untuk mencapai tujuan dari setiap kegiatan yang dilakukan Humas. Salah satu tujuan dari Humas adalah membangun citra yang positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi. tetapi yang menjadi masalah, selama ini hubungan Humas sering kali tidak harmonis dengan wartawan. Humas merasa wartawan adalah profesi yang mengganggu pekerjaannya. Sedangkan dalam pandangan wartawan, Humas sangat pelit dalam memberi informasi. Informasi yang dimiliki Humas sering kali disembunyikan.

Oleh karena itu, Interaksi yang dibangun seharusnya membangun hubungan yang baik dengan pekerja media dan wartawan tetap membangun hubungan yang baik juga dengan khalayak.

a. Prinsip Kerja *Media relations*

Kegiatan *media relations* akan membawa efek yang sangat besar apabila dilakukan menggunakan prinsip kerja yang tepat. Menurut Frank Jefkins¹⁵, Beberapa hal yang harus diperhatikan praktisi atau institusi Humas dalam menyelenggarakan hubungan yang baik dengan media massa adalah:

1. Memahami dan melayani media setiap saat dapat dilakukan dengan cara memahami siapa dan bagaimana media massa itu.
2. Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media, Prinsip kerja yang kedua dari *media relations* adalah membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media. Pada bagian ini, seorang Humas harus siap menyediakan dan memasok materi-materi yang akurat dimana saja dan kapan saja.
3. Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat, yang dimaksud dengan salinan informasi yang memadai dan akurat adalah reproduksi foto-foto yang baik dan menarik serta jelas.
4. Bekerja sama dalam penyampaian informasi, sebagai contoh, seorang Humas dan wartawan dapat bekerja sama dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau temu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.

¹⁵Ibid, hal.45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Menyediakan fasilitas verifikasi, Praktisi Humas juga perlu memberi kesempatan kepada jurnalis melakukan verifikasi atas setiap materi yang mereka terima.
6. Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media, suatu hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerja sama, dan sikap saling menghormati profesi masing-masing.

Frank Jefkins secara umum menggambarkan tiga macam peristiwa atau acara pers yang bersifat resmi yaitu:

1. Konferensi Pers

Sebuah pertemuan dimana para jurnalis sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang sedang hangat dibicarakan.

2. Resepsi Pers

Acara kumpul kalangan pers ini biasanya lebih bersifat menyenangkan, lebih direncanakan dan terorganisir. Para jurnalis diundang untuk meliputi suatu acara.

3. Kunjungan Pers

Para jurnalis diundang guna mengunjungi sebuah pabrik, atau menghadiri acara pembukaan kantor baru yang disusul dengan peninjauan bersama atau acara demonstrasi produk baru¹⁶.

Sedangkan yang bersifat tidak resmi dijabarkan oleh Rosady Ruslan meliputi kegiatan:

1. Keterangan Pers

Keterangan yang diberikan oleh narasumber yang dilaksanakan kapan saja dan dimana saja, tanpa ada pemberitahuan resmi. Keterangan ini bisa dilakukan melalui telepon kepada wartawan.

2. Wawancara pers

Wawancara yang dilakukan atas inisiatif wartawan setelah melakukan perjanjian atau konfirmasi dengan narasumber¹⁷.

¹⁶Frank Jefkins, *Public Relations*, Erlanga, Jakarta: 1995

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kegiatan-kegiatan tersebut akan berjalan dengan lancar apabila dilandasi oleh hubungan yang baik antara kedua belah pihak.

b. Tujuan *media relations*

Media relation pada umumnya sangat membutuhkan dukungan media massa dalam pencapaiantujuan organisasi. secara rinci tujuan media relation bagi organisasi adalah:¹⁸

1. Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga/organisasi yang baik untuk diketahui umum.
2. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, ulasan, tajuk yang wajar, obyektif, dan seimbang).
3. Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembag/organisasi.
4. Untuk melengkapi data/informasi bagi pimpinan lembaga/organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan lembaga/organisasi.
5. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.

c. Manfaat *media relations*

Manfaat media relation antara lain adalah :¹⁹

1. Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa
2. Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip saling menghormati dan menghargai, kejujuran serta kepercayaan.
3. Penyampaian perolehan informasi yang akurat, jujur, dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.

¹⁷Ruslan Rosadi, *Praktik Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta: 1994, hal. 180-181

¹⁸Wardhani Diah, *Media Relations : Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Graha ilmu, yogyakarta: 2008, hal. 13

¹⁹Ibid, hal. 14

Diharapkan dengan adanya hubungan media, maka akan memperoleh kedua pihak saling memahami kondisi kerja masing-masing. Selain itu, bisa saling mendiskusikan hal-hal terbaik untuk kerja sama antara kedua pihak.

Selain prinsip di atas, maka praktisi PR juga perlu mengetahui 5 prinsip utama dalam menjalin hubungan yang baik dengan media, yakni :

1. Kejujuran dan kredibilitas, sehingga wartawan akan percaya sepenuhnya akan percaya pada PRO. Selain itu, praktisi PR dapat memberikan informasi untuk memberikan ide kepada wartawan dalam mengembangkan pemberitaannya.
2. Memberikan pelayanan informasi atau daftar lain (foto, gambar, dan lain-lain) dengan cepat, paling pasti, dengan data yang paling benar, kapanpun juga tanpa batas waktu dan tempat.
3. Jangan memohon atau melakukan tekanan kepada pihak media agar mau memuat tulisan mengenai perusahaan.
4. Jangan menyembunyikan atau mencoba menghilangkan suatu cerita yang merugikan perusahaan. Hal itu merupakan pelanggaran terhadap kebebasan media dan dianggap suatu kejahatan.
5. Jangan banjir media dengan informasi.

3. Media Massa

Media massa adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dalam jumlah besar atau sering disebut massa. Seperti yang dikatakan oleh Lasswell, media digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, terlebih apabila pesan yang disampaikan oleh Komunikator itu akan disampaikan kepada halayak yang berjauhan atau dalam jumlah yang banyak²⁰.

Menurut H. Djaffar Assegaf dalam buku Hubungan Masyarakat dalam praktek mengatakan bahwa “Hubungan dengan media massa adalah

²⁰ Darmastuti Rini, *Media Relations Konsep, Strategi dan Aplikasi*, CV. Andi Offset, Yogyakarta: 2012, hal.58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hubungan yang terjalin antara pejabat-pejabat humas dengan wartawan dalam kegiatan penyampaian informasi²¹.

a. Bentuk Hubungan dengan media massa

Hubungan pejabat humas dengan media massa dapat berbentuk hubungan fungsional. Menurut Jefkins, Bentuk-bentuk hubungan dengan media massa adalah sebagai berikut:²²

1. Kontak Pribadi, pada dasarnya pelaksanaan hubungan dengan media massa tergantung kepada kontak pribadi antara kedua belah pihak yang dijalin melalui hubungan informal seperti adanya kejujuran, saling pengertian dan saling menghormati kerja sama yang baik demi tercapainya tujuan publikasi yang positif.
2. Pelayanan informasi atau berita, pelayanan yang sebaik-baiknya yang diberikan oleh pihak Humas kepada pihak pers/reporter dalam bentuk pemberian informasi, publikasi dan berita baik tertulis, tercetak maupun terekam.
3. Mengantisipasi kemungkinan hal darurat, untuk mengantisipasi kemungkinan bersifat mendadak dari pihak wartawan/pers mengenai wawancara, konfirmasi dan sebagainya, pihak pejabat Humas harus siap melayaninya, demi menjaga hubungan baik yang selama ini telah terbina, dan citra serta nama baik bagi narasumbernya.

b. Bentuk-bentuk kegiatan Hubungan media

Dalam upaya membina hubungan media, maka Humas akan melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan pers antara lain :²³

²¹Djaffar H. Assegaf, *Hubungan Masyarakat dalam Praktek*, Ghalia Indonesia, Jakarta, hal.33

²²Ruslan Rosady, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, PT. Raja Grafindo, Jakarta, hal.170

²³Ardianto Elvinaro dan Soemirat Soleh, *Dasar-dasar Public Relations*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, hal.128

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Konferensi pers, temu pers atau jumpa pers yaitu diberikan secara berbarengan oleh seorang pejabat pemerintah atau swasta kepada kelompok wartawan, bahkan bisa ratusan wartawan sekaligus.
2. *Press Briefing* yaitu diselenggarakan secara reguler oleh seorang pejabat PR. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang baru terjadi kepada pers, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan bila wartawan belum puas dan menginginkan keterangan lebih rinci.
3. *Press Tour* yaitu diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu dan merekapun (pers) diajak menikmati objek wisata yang menarik
4. *Press Release* atau siaran pers sebagai publisitas yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarluaskan berita
5. *Special Event* yaitu peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan PR yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera publik
6. *Press Luncheon* yaitu pejabat PR mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan, sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu dengan top manajemen perusahaan/lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan/lembaga tersebut
7. Wawancara Pers yaitu sifatnya lebih pribadi, lebih individual. PR atau top manajemen yang diwawancarai, hanya berhadapan dengan wartawan yang bersangkutan. Meskipun misalnya, pejabat terkait meresmikan suatu acara diwawancarai banyak wartawan, bahkan diliput televisi dan radio, tetap saja wawancara itu bersifat individual, hanya dua orang saja, wartawan yang mewawancarai dan orang yang bersangkutan yang diwawancarai. Setiap wartawan yang mewawancarai mempunyai pertanyaan khusus yang diinginkan oleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mediannya, kendati secara bersamaan mewawancarai pejabat atau tokoh tersebut.

Apabila hubungan harmonis dari kedua belah pihak tersebut diatas harus dirinci lebih jauh lagi maka seorang pejabat humas harus mampu membangun hubungan pers yang lebih serasi²⁴. Melalui prinsip-prinsip hubungan pers yang positif diharapkan tercipta suatu hubungan yang saling menguntungkan. Prinsip-prinsip tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sikap yang terus terang dan ramah, tetapi tetap tegas dan konsekuen, serta profesional.
2. Saling mengetahui Fungsi, Kewajiban serta tugas profesi yang tengah disandang serta keterikatan mereka kepada “kode etik profesinya” masing –masing.
3. Saling mengenal baik, cukup akrab antara kedua belah pihak baik secara individual maupun fungsional, namun tetap menjaga jarak demi terciptanya ketertiban, dan demi menjaga kerahasiaan perusahaan.
4. Meminta kartu nama, biasanya setiap wartawan yang resmi akan dilengkapi dengan Kartu PWI, kartu pers, dan kartu nama dari pihak pengelola penerbit media bersangkutan.
5. Menerima kedatangan wartawan dalam rangka peliputan, konfirmasi berita, wawancara dan sebagainya dalam kewajiban, tanpa menunjukkan sikap ragu-ragu atau penuh dengan kecurigaan.
6. Melayani dengan sebaik-baiknya bila ada permintaan wawancara oleh pihak pers.
7. Kirimkan kartu ucapan selamat, baik kepada individu maupun lembaga penerbitannya yang berulang tahun, meng hadapi Lebaran, Tahun baru, Natalan dan sebagainya, sebagai tanda penuh perhatian untuk membangun hubungan yang baik bagi kedua belah pihak.
8. Membentuk suatu peroyek publikasi atau promosi bersama dengan pihak media elektronik atau media cetak, melalui *coverge* televisi

²⁴Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, PT. Raja Grafindo, Jakarta, hal.178

tertentu atau penulisan artikel/*feature* (*advetorial*) tentang suatu produk, jasa, atau kegiatan yang ingin dikampanyekan secara efektif melalui kerja sama antara Humas dan pihak pers.

B. Kajian Terdahulu

Untuk menghindari plagiasi pada penelitian ini maka berikut akan dikemukakan Kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan sebagai berikut:

Penelitian pertama tentang *media relations* di sebuah instansi Pemerintah ini pernah dilakukan oleh Kasmianti tahun 2017 dengan judul skripsi “Strategi *Media relations* Humas Pemerintah Kabupaten Siak dalam Mempublikasikan Program Tour de Siak” Kasmiyanti menyimpulkan bahwa strategi Humas Pemerintah Kabupaten Siak dalam mempublikasikan *event* Tour de siak mereka melakukan beberapa hal berikut yakni mengelola relasi, mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan.

Penelitian yang kedua oleh Eko Saputro tahun 2016 skripsi tentang “Realisasi Fungsi Eksternal Humas pada Dinas Pertanian dan Perternakan Provinsi Riau” beliau menyimpulkan adanya penyatuan fungsi humas dengan bagian umum sehingga terjadinya tumpang tindih pada setiap bagian.

Peneliti merasa ada kesamaan dalam memandang di instansi pemerintah, ingin mengetahui seperti apa hubungan mereka dengan media massa.

Yang membedakan penelitian yang sedang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu bahwa dalam hal ini penulis menitikberatkan pada realisasi Media Relations Dinas Perhubungan Provinsi Riau dan memfokuskan pada sejauhmana Realisasi *media relations* di Dinas Perhubungan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Kerangka Pikir

Penelitian ini dilakukan dengan kerangka fikir sebagai berikut :

Pertama, menetapkan *grand theory* (teori utama) yang membahas tentang Hubungan dengan media yang baik Menurut Jefkins, Bentuk-bentuk hubungan dengan media massa adalah sebagai berikut:

- a. Kontak Pribadi, pada dasarnya pelaksanaan hubungan dengan media massa tergantung kepada kontak pribadi antara kedua belah pihak yang dijalin melalui hubungan informal seperti adanya kejujuran, saling pengertian dan saling menghormati kerja sama yang baik demi tercapainya tujuan publikasi yang positif.
- b. Pelayanan informasi atau berita, pelayanan yang sebaik-baiknya yang diberikan oleh pihak Humas kepada pihak pers/reporter dalam bentuk pemberian informasi, publikasi dan berita baik tertulis, tercetak maupun terekam.
- c. Mengantisipasi kemungkinan hal darurat, untuk mengantisipasi kemungkinan bersifat mendadak dari pihak wartawan/pers mengenai wawancara, konfirmasi dan sebagainya, pihak pejabat Humas harus siap melayaninya, demi menjaga hubungan baik yang selama ini telah terbina, dan citra serta nama baik bagi narasumbernya.

Selanjutnya, Kegiatan *media relations* akan membawa efek yang sangat besar apabila dilakukan menggunakan prinsip kerja yang tepat. Menurut Frank Jefkins, Beberapa hal yang harus diperhatikan praktisi atau institusi Humas dalam menyelenggarakan hubungan yang baik dengan media massa adalah:

- a. Memahami dan melayani media setiap saat dapat dilakukan dengan cara memahami siapa dan bagaimana media massa itu.
- b. Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media, Prinsip kerja yang kedua dari *media relations* adalah membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media. Pada bagian

ini, seorang Humas harus siap menyediakan dan memasok materi-materi yang akurat dimana saja dan kapan saja.

- c. Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat, yang dimaksud dengan salinan informasi yang memadai dan akurat adalah reproduksi foto-foto yang baik dan menarik serta jelas.
- d. Bekerja sama dalam penyampaian informasi, sebagai contoh, seorang Humas dan wartawan dapat bekerja sama dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau temu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.
- e. Menyediakan fasilitas verifikasi, Praktisi Humas juga perlu memberi kesempatan kepada jurnalis melakukan verifikasi atas setiap materi yang mereka terima.

Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media, suatu hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerja sama, dan sikap saling menghormati profesi masing-masing.

Kedua, peneliti melakukan survey awal ke lapangan untuk memastikan adanya indikasi bahwa tidak terealisasinya *media relations* dengan baik di Dinas Perhubungan Provinsi Riau.

Ketiga, peneliti menggali data dari para informan yakni berkaitan dengan *media relations* yang tidak terealisasi dengan baik.

Keempat, peneliti melakukan analisis terhadap seluruh data yang diperoleh dengan metode analisis kualitatif dan dengan pendekatan deskriptif untuk memahami fungsi humas.

Kelima, peneliti memberikan solusi dan fenomena tersebut dan berharap bisa menjadi bahan masukan bagi peneliti selanjutnya serta instansi terkait untuk menjalin hubungan dengan media massa supaya terealisasi dengan semestinya.

Setelah melihat dan memperhatikan secara jelas tentang kerangka teoritis dalam penelitian diatas, dan kemudian menindak lanjuti kerangka teoritis tersebut maka perlu dibuat sebuah konsep operasional terhadap variabel yang akan diteliti. Dengan tujuan untuk mempermudah peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dalam mengetahui bagaimana realisasi fungsi humas dalam menjalin hubungan dengan media massa di Dinas Perhubungan Provinsi Riau.

Indikator realisasi menjalin hubungan baik dengan media:

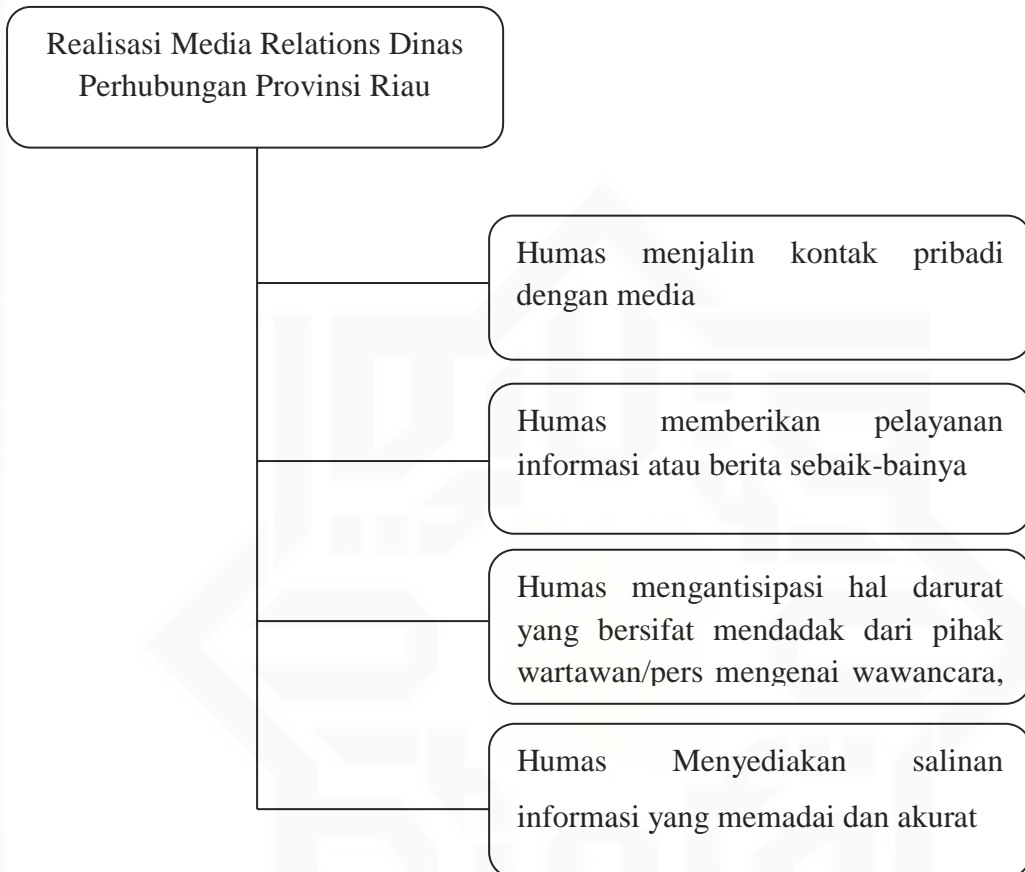
- a. Humas menjalin kontak pribadi dengan media
- b. Humas memberikan layanan informasi atau berita sebaik-baiknya
- c. Humas mengantisipasi hal darurat yang bersifat mendadak dari pihak wartawan/pers mengenai wawancara, konfirmasi dan sebagainya.
- d. Humas Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat, yang dimaksud dengan salinan informasi yang memadai dan akurat adalah reproduksi foto-foto yang baik dan menarik serta jelas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Bagan II-I : Indikator Penelitian