

# BAB I

## PENDAHUAN

## A. Latar Belakang

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Akan tetapi, media yang dimaksud ialah media yang digolongkan atas empat macam, yakni media antar pribadi, media kelompok, media public, dan media massa.<sup>1</sup>

Semua peristiwa komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi khalayak atau penerima. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.<sup>2</sup>

Sudah sejak lama disadari bahwa *press* memiliki peranan yang sangat besar dalam kehidupan sebuah lembaga, terlebih lembaga yang haus akan pengakuan masyarakat. Bahkan bagi sebuah lembaga bisnis dan konsumen sebagai kekuatan utamanya, lembaga media massa merupakan wahana yang sangat penting. Oleh sebab itu untuk menginformasikan kepada masyarakat dibutuhkan media sebagai salah satu alat untuk berkomunikasi, media yang digunakan ini adalah media cetak dengan menggunakan *press release*.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Perss, 2012). 137.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 185

<sup>3</sup> Rismiati, "Efektivitas Penggunaan press release di Pt.Chevron Pacific Indonesia dalam Membentuk Citra Positif" Skripsi UIN Suska Riau 2010.

Pada dasarnya *press-release* merupakan berita tentang perusahaan (individu, kegiatan, pelayanan atau produk). Berita tersebut dikirimkan atau disiarkan ke media (pers), sehingga disebut juga siaran pers atau *press release*.

Berbicara tentang persamaan *press release* dan berita adalah; *Pertama*, sama-sama merupakan informasi yang ditujukan untuk khalayak umum. *Kedua*, sama-sama harus mengandung *news-values* yang dapat menarik perhatian khalayak. *Ketiga*, sama-sama menuntut adanya teknik penulisan tertentu, seperti 5W+1H. Dan apabila berbicara perbedaan antara *press release* dan berita maka akan banyak hal perbedaan, diantaranya adalah sebagai menyimpan kegiatan organisasi yng terdiri dari; *Pertama*, Sebagai bahan atau sumber berita bagi media. *Kedua*, Alat untuk membina dan menumbuhkan sikap, pendapat atau citra yang baik dari anggota masyarakat kepada Organisasi (membentuk opini positif). *Ketiga*, Alat untuk mengalihkan perhatian publik dari fakta yang merugikan organisasi dan memusatkan fakta yang menguntungkan organisasi. *Keempat*, Dibuat oleh organisasi atau perusahaan. Beritanya mencangkup peristiwa yang direncanakan, yaitu dari *event* yang dibuat perusahaan.

<sup>4</sup> Rachmat Kriyanto, *Public Relation Writing* (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2008), 70.

Dalam hal ini, Humas Pemerintah Provinsi Riau harus mampu membangun hubungan yang positif antara organisasi dengan publik internal dan eksternal. Dalam membangun hubungan yang bersifat eksternal salah satunya adalah dengan menjalin hubungan baik dengan press (*Press Relations*). Juga berupaya untuk menciptakan citra atau publikasi yang positif dan merupakan prestasi, reputasi serta sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivis Humas dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra atau nama baik lembaga/organisasi. Yang pada dasarnya aktivitas *public relations* meliputi kegiatan mulai dari membenahan organisasi itu sendiri (*the PR begin at home*), hingga kegiatan yang bersifat membangun atau menciptakan citra perusahaan dan hubungan yang positif dimata publiknya.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 138.

yang dikirim. Bahkan, bukan tidak mungkin naskah yang ditulis berbeda dengan yang dikeluarkan oleh institusi media massa. Meskipun demikian, praktisi Humas bisa membuat *release* yang layak dimuat di media massa jika teknik penulisannya dipahami. Selain itu, hubungan yang baik yang dibangun oleh humas dengan pihak institusi media (*media relations*) bisa membantu dimuat *release* yang ditulis oleh praktisi tersebut.<sup>6</sup>

Dengan demikian banyak hal yang mesti diperhatikan, maka penulis tertarik untuk mengkaji secara ilmiah bagaimana Aktivitas Humas dalam penggunaan *press release* untuk membentuk citra positif di mata khalayak karena begitu banyak opini masyarakat yang belum terbukti kebenarannya sehingga akan menimbulkan opini yang negatif tentang Pemerintah Provinsi Riau, sehingga dengan menyebarkan berita, kebijakan dan tanggapan melalui *press release* diharapkan masyarakat mendapatkan informasi yang faktual dan akurat. Maka penulis mengangkat judul **"Aktivitas Penggunaan Press Release Biro Humas Pemerintah Provinsi Riau Dalam Membentuk Citra Positif"**

## B. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami penelitian ini. Penulis mengemukakan ada penegasan istilah yang terdapat pada judul penelitian ini, yaitu:

1. Aktivitas Humas merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi, dan bukan merupakan fungsi yang terpisah dari system manajemen suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini dibuktikan dengan sangat menentukan upaya Humas/PR dalam menyelenggarakan komunikasi

<sup>6</sup> Prayudi, *Penulisan Naskah Public Relations* (Yogyakarta: PT. Andi Offset, 2007), 37.



#### 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.

timbal balik antar organisasi/lembaga dengan publiknya dalam meraih citra positif.<sup>7</sup>

2. Humas (PR) merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke luar maupun ke dalam, yakni antara satu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian.<sup>8</sup>

3. *Press release* bias disebut *release* adalah sebuah berita atau informasi yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkan kegiatan (*a piece of news written by the organization whose activities it describes*). Jadi, pada dasarnya *press release* merupakan berita tentang perusahaan (individu, kegiatan, pelayanan atau produk). Berita tersebut dikirimkan atau diserahkan ke media (*pers*), sehingga disebut juga siaran pers atau *news-release*.<sup>9</sup>

4. Citra adalah seperangkat anggapan, impresi atau gambaran seseorang/sekelompok orang mengenai suatu objek bersangkutan. Jadi, pengertian dari citra adalah total persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi terkini dari beberapa sumber setiap waktu.<sup>10</sup>

### C. Rumusan Masalah

Untuk memudahkan penelitian ini maka penulis membuat rumusan masalah agar masalah dalam penelitian ini dapat terarah. Adapun yang menjadi rumusan masalah yang akan diteliti adalah Bagaimana Aktivitas Penggunaan *Press Release* Biro Humas Pemerintah Provinsi Riau Dalam Membentuk Citra Positif ?.

<sup>7</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006) xii.

<sup>8</sup> Frank Jafkins, *Public Relations*. (Jakarta: Airlangga, 1995). 10.

<sup>9</sup> Rachmat kriyanton *Public Relations Writing* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2008). 138.

<sup>10</sup> Frisan Nova *Crisis Public Relations* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 298.



**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.

## **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana Aktivitas Penggunaan *Press Release* Biro Humas Pemerintah Provinsi Riau dalam Membentuk Citra Positif ?

### **2. Kegunaan penelitian**

Dalam hal ini penulis membagi kegunaan penelitian ini menjadi dua, yaitu:

#### **a. Kegunaan Teoritis**

- 1) Sebagai pendalaman terhadap ilmu PR
- 2) Sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran bagi para pengkaji masalah ilmu komunikasi khususnya bidang konsentrasi Hubungan Masyarakat (PR) yang berminat meneliti masalah yang sama, dan ssebagai bahan perbandingan.
- 3) Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama menjalankan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam aktivitas humas dalam penulisan *press release*.

#### **b. Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah:**

- 1) Dapat memberikan informasi dan masukan kepada pihak Pemerintah Provinsi Riau mengenai aktivitas *press release* humas dalam pembentukan citra positif.
- 2) Bagi peneliti, diharapkan dapat memberikan pengalaman dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diterima selama mengikuti perkuliahan maupun studi atau secara mandiri.
- 3) Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk mendapatkan Sarjana Strata 1 (S1) di Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim 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.

## **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini, penulis membagi bab dalam enam bahasan, dimana masing- masing bab dibagi menjadi sub bab dengan uraian sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan mengenai latar belakang, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR**

Bab ini berisi tentang Kajian teori, Kajian terdahulu dan Kerangka fikir.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Berisikan data tentang Jenis dan pendekatan penelitian, Lokasi dan waktu penelitian, Sumber data, Informan penelitian, Teknik pengumpulan data, Validasi data, Teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Berisikan Gambaran umum Sejarah provinsi Riau, Letak Geografis Provinsi riau, Tugas pokok dan fungsi Humas Pemerintah Provinsi Riau, Kondisi dan struktur Humas Pemerintah Provinsi Riau.

### **BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menganalisa data yang telah di dapat melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang berisikan tentang pandangan yang berhubungan Dengan Aktivitas *Press Release* Biro Humas Pemerintah Provinsi Riau dalam Membentk Citra Positif atau menguraikan hasil penelitian serta pembahasannya.

### **BAB VI : PENUTUP**

Berisikan kesimpulan dan saran, kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran.