

**STRATEGI HUMAS PEMKAB BOYOLALI DALAM MENINGKATKAN
CITRA PEMERINTAH KABUPATEN BOYOLALI
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF MEDIA RELATIONS HUMAS
PEMKAB BOYOLALI DALAM MENINGKATKAN CITRA
PEMERINTAH KABUPATEN BOYOLALI)**

Naskah Publikasi

Untuk memenuhi sebagai persyaratan

guna mencapai gelar S-1

Ilmu Komunikasi



WARTINI

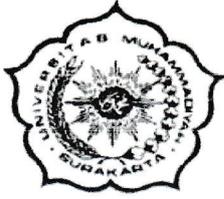
L100110040

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2016



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura, Surakarta 57102
Telp. (0271) 717417 – Fax. (0271) 715448

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir:

Nama : Drs. Joko Sutarso, S.E, M. Si

NIP : 196406011993031001

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa:

Nama : Wartini

NIM : L100110040

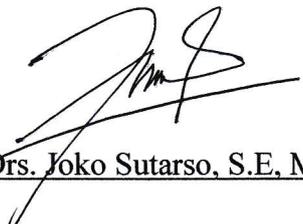
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Penelitian : Strategi Humas Pemkab Boyolali Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Media Relations Humas Pemkab Boyolali Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali)

Naskah artikel tersebut layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat diperguanakn sepenuhnya.

Mengetahui

Dosen pembimbing


(Drs. Joko Sutarso, S.E, M.Si)

Strategi Humas Pemkab Boyolali Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali (Studi Deskriptif Kualitatif Media Relations Humas Pemkab Boyolali Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali)

Wartini (wartini946@yahoo.com)

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAK

Humas pemerintah kabupaten Boyolali merupakan instansi pemerintah dalam lingkup Satuan Kerja perangkat desa (SKPD) kabupaten Boyolali. Humas merupakan instansi yang keberadaannya sangat dibutuhkan karena perannya di kabupaten Boyolali. Sesuai dengan perannya, humas merupakan alat yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan media massa sehingga adanya sebuah kerjasama. Maka dari itu, humas menjalankan kegiatan media relations sebagai timbal balik dari menjalin hubungan dengan media. Hal ini dilakukan karena untuk membentuk sebuah citra didalam lembaga. Dalam penelitian ini akan membahas bagaimana strategi humas Pemkab Boyolali dalam meningkatkan citra Pemkab Boyolali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan oleh humas Pemkab Boyolali dalam meningkatkan citra Pemkab Boyolali. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan observasi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa humas Pemkab Boyolali telah menjalankan strategi humas yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan. Strategi *media relations* yang dijalankan oleh humas Pemkab adalah *press conference*, *press tour*, *press gathering*, *press interview*, *press release* dan *media pitching*. Dari kegiatan serta strategi tersebut maka terjalin hubungan yang harmonis antara keduanya serta meningkatnya citra Pemkab Boyolali.

Kata kunci: *Strategi humas, Citra, Media Relations*

ABSTRACT

Wartini, L100110040, Boyolali regency Public Relations Strategies to Improve Image Boyolali District Government (Descriptive Study of Media Relations Public Relations Boyolali regency in Improving Image Boyolali District Government), Thesis, Communication Studies, Faculty of Communication and Informatics, University of Muhammadiyah Surakarta, 2015.

Boyolali district government public relations is a government agency within the village Unit (SKPD) Boyolali district. PR is an agency that presence is needed for his role in the district of Boyolali. In accordance with its role, the PR is a tool used to establish a relationship with the mass media so that the existence of a partnership. Therefore, public relations media activities relations run as the reciprocal of the relationship with the media. This is done as to form an image within the institution.

In this study will discuss how public relations strategy in enhancing the image Boyolali Regency Boyolali regency. This study aims to determine what strategies are used by public relations Boyolali regency in improving the image of Boyolali regency. This research is descriptive qualitative data collection techniques used were interviews and observation.

The study concluded that public relations Boyolali district government has been running a public relations strategy: managing relationships, develop strategies and develop the network. Media relations strategy which is run by the district government public relations is the press conference, press tour, press gathering, press interviews, press releases and media pitching. Of these strategies, activities and established a harmonious relationship between them and the increased image Boyolali regency.

Keywords: public relations strategy, image, Media Relations

A. LATAR BELAKANG

Pada era saat ini, banyak bermunculan organisasi baik yang dikelola pemerintah maupun swasta. Di setiap instansi tersebut, hampir semuanya memiliki divisi humas. Keberadaan humas ini memiliki peran yang sangat penting bagi kelangsungan jalannya suatu instansi. Dimana, humas ini sebagai perantara atau jembatan antara sebuah instansi dengan masyarakat. Dalam praktiknya, humas dituntut untuk bisa menjalin dan membina hubungan yang baik dengan publiknya baik secara internal maupun eksternal agar terciptanya sebuah citra positif. Dalam sebuah instansi, sebuah citra dibutuhkan untuk memperoleh opini yang positif dari publiknya. Maka dari itu, humas harus membuat beberapa strategi untuk

meningkatkan citra instansi tersebut.

Humas merupakan rangkuman kegiatan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka untuk mencapai tujuan-tujuan yang dilandaskan rasa saling pengertian (Frank Jefkins, 2003:10). Artinya humas selalu melakukan segala sesuatu dengan terencana baik. Hal-hal tersebut dilakukan agar sebuah instansi memperoleh dukungan dari khalayanya dan dapat menjalankan peran serta fungsinya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Pada hakekatnya, humas merupakan sebuah proses komunikasi antara organisasi dengan publiknya untuk menjalin hubungan yang baik agar tercipta citra serta tercapai tujuannya.

Dinama, jika sebuah instansi memiliki citra yang positif maka akan muncul opini yang baik dari masyarakat. Salah satu pendukung dari kinerjanya humas adalah media massa. Penggunaan media massa dalam kegiatan hubungan masyarakat ini pada umumnya berupa publicity dan advertising.

Dalam memahami media massa, penting juga bagi praktisi bumus untuk mengetahui bagaimana cara kerja media. Cara kerja media disini bukan hanya sekedar bagaimana media massa memproduksi isi media massa seperti yang kita inginkan. Namun bagaimana produk media itu dipersepsi oleh publiknya mengingat bagaimana pentingnya fungsi media di dalam lembaga pemerintahan (Iriantara, 2008:154).

Pemerintah Kabupaten Boyolali merupakan suatu lembaga pemerintahan yang menangani

tentang otonomi daerah. Humas Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Boyolali bertugas memberikan informasi kepada publik tentang kebijakan yang akan dan telah diambil oleh Pemerintah Kabupaten Boyolali dan menjalin hubungan yang baik dengan publiknya. Salah satu langkah yang diiambil humas Pemkab dalam rangka menyebarkan informasi kepada publik adalah menggunakan media massa. Peranan media massa pada saat ini sangat kuat dalam menyebarkan informasi ke masyarakat. Banyak instansi/perusahaan yang memanfaatkan media massa sebagai alat untuk menyebarkan kebijakan-kebijakan informasi sebuah instansi.

Perananan humas dan protokol Pemkab Boyolali sangat di perlukan untuk mengatasi masalah jika terjadi suatu konflik,

maka humas berusaha menbendung opini negatif di masyarakat serta perlunya rasa keterbukaan antara masyarakat dengan humas. Dengan demikian, diperlukan manajemen serta strategi-strategi yang sudah terencana sebelumnya. Membangun sebuah kepercayaan dan opini positif di dalam masyarakat di butuhkan usaha-usaha yang sudah terencana, karena lembaga pemerintahan saat ini mendapatkan tuntutan-tuntutan dari masyarakat luas agar memberi perubahan yang lebih baik lagi.

A. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:
Bagaimana strategi humas pemerintah kabupaten Boyolali dalam meningkatkan citra pemerintah kabupaten Boyolali melalui media relations?

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi

Secara etimologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. (Onong Uchjana, 2008 : 3). Selain itu, komunikasi juga berperan penting dalam sebuah organisasi atau lembaga. Suatu organisasi di bentuk karena mempunyai tujuan dan terjalannya hubungan komunikasi yang harmonis antara keduanya. Menurut Redding dan Sanborn dalam (Syaiful Rohim, 2009:110) komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Komunikasi organisasi sangat penting untuk dipelajari karena ada beberapa arus dalam komunikasi yang berlangsung dalam suatu

organisasi, yaitu arus vertikal yang terdiri dari komunikasi ke bawah (*downward communication*), komunikasi ke atas (*upward communication*) serta arus komunikasi yang berlangsung antara bagian ataupun karyawan dalam jenjang atau tingkatan yang sama. Arus komunikasi ini dikenal dengan nama komunikasi horisontal (Syarif Rohim, 2009:108).

2. Humas

Istilah hubungan masyarakat (humas) atau biasa disebut dengan public relations memiliki posisi yang sangat penting di suatu lembaga pemerintahan maupun swasta. Hal tersebut dikarenakan humas merupakan juru bicara dari sebuah organisasi. Humas juga menentukan kesan yang positif dari sebuah organisasi di

mata masyarakat. Hubungan dengan masyarakat akan menentukan bagaimana organisasi tersebut berjalan di tengah-tengah masyarakat. Dengan kata lain, humas berperan untuk membangun hubungan komunikasi antara organisasi dengan masyarakat. (Effendy, 1998 : 4).

3. Humas pemerintah

Humas pemerintahan memiliki tugas untuk menyebarkan informasi serta kebijakan-kebijakan pada masyarakat. Humas pemerintahan juga harus bisa menerima setiap aspirasi dari masyarakat agar memperoleh kepercayaan dari publik. Selain itu, pelayanan serta sikap yang baik juga akan mempengaruhi citra dari lembaga itu sendiri. Untuk membentuk sebuah citra diperlukan menjalin dengan

relasi-relasi media yang sebanyak mungkin.

4. Citra

Menurut Bill Canton mengatakan bahwa citra merupakan kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi (seperti dikutip dalam Soemirat, 2008 : 113). Citra itu sendiri perlu sengaja diciptakan agar bernilai positif dan citra merupakan salah satu hal penting didalam sebuah perusahaan atau organisasi. Citra itu sendiri merupakan suatu hal yang masih abstrak yang tidak bisa dinilai secara matematis dan hanya bisa dirasakan. Namun sejauh ini, penilaian tentang citra suatu organisasi ditentukan oleh humas dari organisasi tersebut.

Dimana humas dari organisasi harus mampu menciptakan opini yang positif agar mendapat kepercayaan dari masyarakat.

Citra sebuah organisasi tentunya tergantung pada kondisi dimana organisasi itu sendiri. Dalam membangun citra ada berbagai langkah dan strategi yang harus dilakukan. Citra yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah jika sebuah lembaga ini telah memperoleh kepercayaan dari masyarakat serta mampu menimbulkan opini publik yang positif di mata masyarakat.

5. Media relations

Menurut Ruslan (2006 : 167-168) menyatakan bahwa media relations merupakan alat pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas

berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik.

Pada dasarnya ada beberapa kegiatan humas yang berhubungan dengan media seperti menurut Komarudin (2014:255-257) :

- a. Temu media (*Media gathering*), adalah kegiatan temu muka antara humas pemerintah dengan sejumlah media secara informal untuk menciptakan hubungan personal yang lebih intensif.
- b. Arahan media (*media briefing*), adalah kegiatan temu muka antara humas dan sejumlah pimpinan media secara formal untuk menyampaikan arahan tertentu berkaitan dengan masalah atau kebijakan guna memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pemimpin media.
- c. Konferensi media (*media conference*), adalah kegiatan temu

- muka antara humas dengan media untuk menyampaikan informasi resmi dengan sasaran terciptanya komunikasi dua arah yang timbal balik dengan wartawan media agar informasi diterima dengan sempurna dan tidak disalahtafsirkan sehingga didapatkan publikasi positif terhadap informasi tersebut.
- d. Siaran media (*media release*), adalah kegiatan pengiriman berita secara berkala kepada media dengan sasaran agar media mendapatkan aktualitas beritamengenai perkembangan kebijakan pemerintah dan mempublikasikannya di media masing-masing.
 - e. Kunjungan media (*media visit*), adalah kegiatan kunjungan instansi pemerintah ke kalangan media untuk lebih mengenal dan mendapat gambaran secara

langsung mengenai proses dan aktivitas operasional media.

- f. Wawancara media (*media interview*), adalah mengundang media tertentu untuk mewawancarai pimpinan instansi pemerintah mengenai isu-isu aktual.
- g. Pendidikan dan pelatihan media (*media training and education*), adalah program pendidikan dan pelatihan untuk media yang diselenggarakan oleh humas pemerintah untuk meningkatkan pengetahuan tentang instansi pemerintah.
- h. Pelemparan isu media (*media pitching*), adalah kegiatan humas pemerintah melemparkan gagasan atau topik tertentu yang sangat penting kepada media secara eksklusif agar dapat di publikasikan.
- i. Informasi media (*media informasi*), adalah penyampaian informasi

kepada media agar dapat dipublikasikan atau disebarluaskan.

- j. Ajang media (*media event*), adalah kegiatan humas untuk memberikan penghargaan dan mengapresiasi kontribusi media terhadap liputan perkembangan instansi pemerintah.
- k. Peninjauan media (*media tour*), adalah kegiatan humas mengundang dan memfasilitasi media tertentu untuk mengikuti perjalanan dan kunjunga terkait dengan kegiatan humas pemerintah.

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan deskriptif kualitatif untuk menjawab rumusan masalah. Dengan metode ini, penulis berusaha memaparkan hasil dari data yang telah didapatkan. Teknik penguunpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Dengan teknik purposive sampling, peneliti

memilih informan yang berkompeten di humas Pemkab Boyolali.

D. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil wawancara serta observasi, peneliti telah menemukan jawaban terkait dengan strategi humas Pemkab Boyolali yang telah dilakukan. Berdasarkan kegiatan media *relations* menurut Komarudin (2014) mengenai sebelas kegiatan media relations, humas Pemkab Boyolali hanya melakukan enam kegiatan saja. Kegiatan *media relations* yang dijalankan ialah :

1. *Press Conference* ialah kegiatan yang dilakukan oleh humas dengan pihak pers yang sengaja dilakukan untuk menyampaikan sesuatu yang penting kepada masyarakat dengan humas sebagai narasumbernya.
2. *Press Release* ialah sebuah naskah berita yang dibuat oleh humas untuk disebarkan kepada masyarakat Boyolali agar bisa dimuat di media massa.
3. *Press interview* ialah kegiatan yang dilakukan oleh wartawan untuk menanyakan suatu informasi kepada seorang narasumber atau sebaliknya.
4. *Press tour* ini ialah kegiatan yang dilakukan oleh pihak humas dengan wartawan untuk diajak melakukan suatu liputan diluar kota atau luar negeri bersama dengan para pejabat yang bersangkutan.
5. *Press gathering* ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak wartawan dari media masaa dengan humas untuk melakukan suatu kegiatan bersama.
6. *Media pitching* atau yang sering disebut pelemparan isu

ini adalah kegiatan humas untuk melemparkan informasi yang penting ke media agar nantinya di informasikan oleh berbagai media.

Citra pemerintah kabupaten Boyolali telah mengalami peningkatan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Hal ini juga karena banyaknya kegiatan yang dilaksanakan serta adanya gebrakan-gebrakan dari bupati Boyolali.

Hubungan yang dibina antara humas dan wartawan juga berjalan dengan harmonis karena adanya rasa saling menghargai satu sama lainnya.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Humas sebagai lembaga bagian dari sebuah lembaga di Pemkab Boyolali mempunyai peran yang penting didalam lembaga tersebut. Dalam

kegiatan *media relations*, humas telah melakukan beberapa strategi yang telah dijalankan dengan baik. Kegiatan *media relations* yang telah dijalankan untuk meningkatkan citra Pemkab sudah berhasil, namun keberhasilan ini bukan semata-mata karena kegiatan *media relationsnya* namun karena kebijakan yang telah dilakukan oleh bupati Pemkab Boyolali.

2. Saran

Dalam menjalankan kinerjanya, humas dan protokol Pemkab Boyolali harus lebih memaksimalkan lagi dan bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi humas yang telah ditetapkan. Semakin mempererat hubungan dengan redaksi media massa dan sering melakukan kunjungan ke

tempat redaksi media cetak dan media elektronik

Untuk bagian humas dan Protokol pemkab Boyolali diharapkan untuk lebih bisa memahami tugas pokok dan fungsi humas lagi. Serta lebih mempererat hubungan antara kepala humas dan protokol dengan staff yang lainnya agar pekerjaan yang dilakukan dapat berjalan dengan baik serta maksimal.

Menjalin hubungan baik dengan media massa adalah faktor penting dalam pembentukan citra, jadi humas dan protokol pemkab Boyolali harus benar-benar menyadari pentingnya media massa di dalam sebuah organisasi agar hubungan selalu tercipta hubungan yang harmonis.

Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Iriantara, Yosol. 2008. *Media Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatma Media
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Komarudin. 2014. *Reformasi Humas Pemerintah*. Jakarta : Genesindo
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi (Perspektif, Ragam, dan Aplikasi)*. Jakarta : Rineka Cipta
- Soemirat, Soleh, dan Ardianto. 2012. *Dasar-dasar Public relations*. Bandung : Remaja Rosdakarya