

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

*Public Relations* ataupun sering juga dinamakan dengan hubungan masyarakat (Humas) merupakan upaya pembangunan serta penjagaan citra, reputasi, serta komunikasi sebaik-baiknya serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat serta organisasi. Mencari reputasi adalah salah satu kegiatan Humas yang akan memberi citra positif dan juga opini positif pada masyarakat untuk mendapatkan rasa percaya serta didukung masyarakat secara eksternal serta internal. Dengan begitu, hampir keseluruhan instansi, yang meliputi swasta ataupun pemerintahan mulai memperhatikan pentingnya peran Humas. Humas memiliki peranan yang cukup besar dalam sebuah instansi tidak terkecuali dalam lingkup pemerintahan. Terdapatnya kehumasan pada sebuah organisasi pemerintah ialah menjadi kewajiban yang sifatnya fungsional terkait penyebarluasan sebuah kegiatan serta program bagi masyarakat.

Humas pemerintah menurut Peraturan Menteri (Permen) Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PAN RB) Nomor 30 Tahun 2011 perihal Pedoman Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah disebutkan Humas pemerintah pada lembaga Humas dan/atau praktisi Humas pemerintah berfungsi memajemen komunikasi serta informasi secara efisien, efektif, serta persuasif. Terkait perihal tersebut, Humas memiliki tujuan menjadi pencipta atas keharmonisan hubungan bersama publik dengan beragam sarana kehumasan supaya reputasi serta citra positif mampu tercapai.

Terkait aspek pemerintahan, Humas memilih tugas sebagai pelaksana kebijakan serta pemberi layanan pada publik. Satu diantara sekian banyak aktivitas *public relations* pada aspek kebijakan publik ialah pemberian beragam informasi terkait kebijakan pemerintah dengan di dalamnya terdapat pengikat untuk masyarakat, selanjutnya pada pelayanan publik ialah tindakan pemberian layanan paling baik, disertai berbirokrasi ringkas supaya masyarakat merasa puas dan dengan demikian aspek pemerintahan bercitra positif (Ardianto, 2014:239). Berdasarkan pengertian dari Betty Nilasari, Humas pemerintah bertugas pula

menjadi penginformasi pada publik terkait mengenai kegiatan pemerintahan (Nilasari, 2012:73).

Selain tugas, berdasarkan I Gusti Ngurah Putra dalam Supratowo (2018:67) Humas pemerintahan juga memiliki dua fungsi khusus, yaitu, *information release* yang berarti Humas pemerintahan wajib untuk senantiasa berkomunikasi atas seluruh tindakan, langkah, kebijakan, serta programnya pada seluruh masyarakat supaya lekas paham serta *information seeking* yang berarti Humas pemerintahan berperan pula menjadi telinga serta mata untuk instansi. Maka dari itu, Humas pemerintahan perlu untuk mampu mendengarkan apa yang masyarakat aspirasikan untuk dijadikan masukan terkait pembuatan kebijakan.

Humas pemerintah memainkan peran yang penting saat menyediakan ruang untuk masyarakat umum dalam mengakses informasi. Humas menjadi motor penggerak kegiatan pemerintah untuk menyediakan penerangan, informasi, serta pemahaman pada publik terkait kebijakan, kegiatan serta prosedur pemerintah dengan cara yang transparan, objektif, serta jujur. Metode kebijakan pemerintah tak sejalan dengan apa yang masyarakat butuhkan, jika informasi yang diberikan kepada publik melalui media tidak akurat, tepat waktu, cepat, dan mudah. Hal tersebut menjadi tantangan Humas pemerintah dalam memenuhi kebutuhan terkait perkembangan informasi di masa kini. (Artikel Peran Humas Dalam Keterbukaan Informasi Publik oleh Prokomsetda Kabupaten Buleleng, tahun 2017)

Untuk memenuhi tuntutan akan informasi kepada masyarakat, Humas membutuhkan bantuan dari media untuk memperlancar penyebaran informasi kepada publik. Perihal tersebut dilaksanakan selain media berkekuatan untuk memberikan informasi dengan cara cepat, media dapat pula untuk menkontruksi suatu informasi. Asumsi mendasar tersebut menjadi pendorong pemerintah untuk bekerjasama dengan media.

Media ialah *partner* Humas yang terutama. Terkait dunia kehumasan, media dijadikan instrument dalam penyampaian serta penyebarluasan informasi pada masyarakat, karena dengan media, Humas mampu menyalurkan informasi kepada masyarakat dengan cara langsung serta sifat media yang meluas amat memfasilitasi Humas dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat. Dengan kata lain, media

merupakan alat komunikasi dari masyarakat dengan Humas. Oleh karena itu, pengelolaan relasi sebaik-baiknya dengan media amat penting sebagai penunjang atas apa yang Humas lakukan. Informasi cenderung tak sulit dipublikasikan pada masyarakat jika Humas terdapat *media relations*. *Media relations* akan senantiasa dijadikan suatu bidang praktik paling penting terkait kegiatan kehumasan (Shaw & White, 2004). Arti *media relations* ialah unsur pada Humas eksternal sebagai Pembina serta pengembang atas baiknya relasi bersama media massa untuk dijadikan media dalam berkomunikasi (Iriantara, 2008:32).

*Media relations* ataupun *press relations* ialah hubungan jalinan kerja dari Humas dengan berbagai pihak wartawan serta pers, dalam hal menyebarkan informasi (Ruslan, 2016:169). Wartawan menjadi ujung tombak yang mana dari wartawan tersebut suatu kejadian bisa diubah dijadikan berita yang kemudian dilakukan publikasi. Tak hanya hal tersebut, Humas harus memperhatikan pula organisasi media serta asosiasi profesi wartawan, berbagai organisasi tersebut tak diperbolehkan diabaikan eksistensinya sewaktu Humas menjalankan *media relations*.

Tujuan dari kegiatan *media relations* semestinya tidak menyimpang dari tujuan organisasi, karena masing-masing darinya memiliki keterkaitan, dan dengan demikian melalui *media relations* menjadi pendukung atas terwujudnya tujuan dari organisasi. Terkait korelasinya dengan media, Humas pemerintah diwajibkan pula berkredibilitas, berkecepatan tinggi terkait pekerjaannya serta mencari solusi atas permasalahan saat menyampaikan informasi pada media, di samping hal tersebut Humas wajib pula berkapabilitas dalam penganalisaan. Dari penelitian sejumlah peneliti (Boztepe, 2016: Euphemia&Ezekiel, 2012) menyebutkan *media relations* amat pemerintah butuhkan saat melakukan pengelolaan informasi serta publikasinya, terkait aspek krisis, menjaga reputasi positif melalui pemanfaatan berbagai media.

Terkait usaha dalam membentuk reputasi yang baik suatu Lembaga harus bertanggungjawab secara sosial pada masyarakat. Aktivitas tersebut jika pengelolaannya dilaksanakan secara optimal mampu memberikan pengaruh besar kepada citra suatu lembaga. Suatu lembaga bisa memanfaatkan media untuk

melakukan publikasi informasi, serta manajemen strategi supaya mendapatkan pemberitaan. Dalam menyiarkan/publisitas ialah menempatkan tulisan, artikel, tayangan visual, serta foto, dengan di dalamnya terdapat nilai yang penting, luar biasa, serta terkandung berbagai unsur kemanusiaan, emosional, serta kejenuaan dengan gratis serta ditujukan dalam melakukan pemusatan perhatian pada sebuah tempat, masyarakat, ataupun sebuah lembaga yang umumnya dilaksanakan dengan penerbitan umum.

Dengan tidak adanya peran dari media massa suatu lembaga tentu cenderung sulit dalam melaksanakan aktivitas komunikasi karena masyarakat hidupnya menyebar. Media massa dapat dijadikan media berkomunikasi sebagai penjangkau masyarakat. Dalam memanfaatkan media massa cenderung efektif dalam aktivitas dengan di dalamnya bersifat informatif misalnya bagi suatu lembaga pemerintahan dengan mengharuskan masyarakat supaya mengetahui segala informasi terkait kebijakan dari pemerintahan. Hal tersebut dilakukan oleh semua lembaga pemerintah kota maupun daerah di Indonesia, tidak terkecuali Kota Surakarta.

Kota Surakarta/Sala/Solo ialah sebuah kota pada provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Di masa kini, nama Kota Surakarta dimasukkan berkonteks formal namun untuk Sala/Solo dipakai dalam konteks informal. Konteks formal ialah konteks pemerintahan kota misalnya Pemkot yaitu Pemerintah Kota Surakarta, sedangkan dalam konteks informal adalah umum penggunaannya seperti slogan kotanya yakni “Solo: *The Spirit of Java*”. (<https://dprd.surakarta.go.id/selayang-pandang/>)

Pemerintahan Kota Surakarta ialah instansi yang melaksanakan serta menyelenggarakan pemerintahan berdasarkan aspek administratifnya. Saat melaksanakan aktivitas sehari-harinya, Pemerintahan Kota Surakarta tak bisa dilepaskan dari beragam unsur pelaksanaan, penentuan, penerapan berbagai program kebijakan dan juga beragam kegiatan terkait aspek kehidupan masyarakat Kota Surakarta.

Saat ini, Pemerintah Kota Surakarta dipimpin oleh Walikota Gibran Rakabuming Raka bersama Wakil Wali Kota Teguh Prakosa yang telah memimpin

selama satu tahun. Saat era Gibran-Teguh ini, banyak informasi yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat, baik informasi mengenai program, kebijakan dan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan pemerintahan. Dalam hal ini, Pemerintah Kota Surakarta membutuhkan media berperan menjadi *partner* bekerja untuk menyebarluaskan berbagai informasi supaya mewujudkan sebuah pengertian, pengetahuan, peran, serta pemahaman masyarakat dalam rangka mendukung setiap program-program dan kebijakan dari Pemerintah Kota Surakarta.

Untuk mewujudkannya, Pemerintah Kota Surakarta menyusun sebuah bagian dengan fungsinya yakni menjadi instansi dalam berkomunikasi yang dikelola dari pihak Humas Pemerintah Kota Surakarta. Humas Pemerintah Kota Surakarta merupakan salah satu perangkat daerah dalam memberikan jalan pada sebuah informasi lewat pihak ketiga atau dalam hal ini adalah media. Pemerintah Kota Surakarta membentuk Humas menjadi lembaga komunikasi dalam penginformasian sebuah berita pada media yang kemudian dipublikasikan pada masyarakat.

Humas Pemerintah Kota Surakarta melakukan publisitas yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan dan kebijakan pimpinan pada saat ini adalah era Gibran-Teguh yang dilakukan melalui media massa. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti memilih Humas Pemerintah Kota Surakarta sebagai topik dan objek penelitian, dikarenakan Pemerintah Kota Surakarta menduduki nomor 1 pada Exposure Media Pemerintah Kabupaten atau Pemerintah Kota se-Jawa Tengah pada Analisis oleh *Indicator Indonesia* (I2) pada tahun 2021-2022. Selain itu, Humas Pemerintahan Kota Surakarta aktif melakukan jalinan *media relations* bersama banyak media massa. Humas Pemerintah kota Surakarta mempunyai jalinan baik bersama media massa lokal seperti koran serta media elektronik (TV dan Radio). Humas Pemerintahan Kota Surakarta untuk terjalinnya hubungan, perlu untuk mampu mengerti kebutuhan serta karakteristik media. Di samping hal tersebut juga Humas Pemerintah Kota Surakarta perlu untuk mampu menentukan strategi *media relations*. Maka dari itu, tujuan penulis terkait pelaksanaan penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman terkait strategi *media relations* instansi Pemerintah Kota Surakarta pada era Gibran-Teguh. Dari

uraian latar belakang ini, dengan demikian judul penelitian yang diambil ialah **“Strategi *Media Relations* Humas Pemerintah Kota Surakarta Pada Era Gibran-Teguh”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

“Bagaimana strategi *media relations* Humas Pemerintah Kota Surakarta Pada Era Gibran-Teguh?”

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui gambaran tentang strategi *media relations* Humas Pemerintah Kota Surakarta pada era Gibran-Teguh.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk memperluas gambaran teoritis dalam bidang komunikasi, khususnya Humas dalam *media relations*.
- b. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan keilmuan tentang kegiatan Humas, khususnya dalam menjalin hubungan dengan media (*media relations*).
- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak-pihak terkait *media relations*.

