

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pentingnya media bagi hubungan masyarakat (humas) memudahkan humas dalam menyampaikan informasi tentang program/kegiatan yang dilakukan humas. Kegiatan humas yaitu dengan peliputan, dokumentasi kegiatan kepemimpinan, jumpa pers, menulis *press relase*, melayani media, periklanan di media massa (Sari, 2012: 85). Oleh karena itu peran media sangat penting bagi humas, karena setiap media yang digunakan mempunyai keunggulan masing-masing, serta tergantung tujuan informasi yang akan disampaikan (Suprawoto,2018:144). Lewat perencanaan serta menyebarkan informasi demi kepentingan bersama. Humas dalam praktiknya memanfaatkan media sebagai penyampaian informasi dan berkomunikasi di ruang publik (Rohmana dan Pratiwi, 2020:18).

Media juga dimanfaatkan oleh hubungan masyarakat (humas) sebagai alat penyampaian informasi pada masyarakat, serta menjadi salah satu instrumen dalam informasi pembangunan yang dilakukan pemerintah daerah. Salah satu bentuk media yang dimanfaatkan oleh humas adalah media cetak yaitu koran, majalah, media elektronik, televisi dan media sosial yaitu *facebook*, *twitter*, *youtube*, *instagram* (Suprawoto,2018:163). Bahkan situs resmi pemerintah yang juga dikelola humas pemerintah. Pada media baru ini selain kecepatannya dan

penyebarannya informasi sangat cepat penggunaan internet melalui media baru sangat besar dan terus meningkat dengan sangat pesat (Suprawoto,2019:164). Untuk itu, humas pemerintah perlu menjalin hubungan dengan media seperti yang dikatakan Yosol Iriantara, bahwa pemerintah yang menjalin hubungan dengan media (*media relation*) adalah usaha dalam menyampaikan informasi pemerintah melalui media kepada masyarakat (Suprawoto, 2018:143).

Setiap humas pemerintah pasti memiliki tujuan, dengan adanya informasi yang harus disebarluaskan salah satunya dengan memanfaatkan media. Adapun tujuan dari *media relation* seperti yang dikatakan Mordecai Lee, bahwa dengan menjalin hubungan banyak wartawan, karena biasanya kurang tertarik yang berasal dari pemerintah. Bahkan banyak media sering kali menginformasikan kegagalan yang dilakukan pemerintah dibandingkan keberhasilannya. Oleh karena itu humas pemerintah harus memastikan keberhasilan dan menyampaikan informasi yang menarik bagi media (Suprawoto,2018: 57).

Bagian terpenting dari tujuan humas pemerintah adalah *public reporting* yaitu melaporkan/menyampaikan kegiatan atau informasi yang dilakukan pemerintah melalui berbagai media baik tatap muka, cetak, elektronik maupun online seperti *website* (Suprawoto, 2018: 58). Oleh sebab itu seluruh media harus dikelola dengan baik sebagai media informasi dan komunikasi kepada masyarakat (Suprawoto, 2018:58).

Demi membangun relasi dengan media menjalin kerja sama yang menguntungkan antara media dengan humas. Yang hasilnya merupakan informasi

dalam perumusan kebijakan dengan pemangku kepentingan. Tentu humas pemerintah membutuhkan pemangku kepentingan untuk menentukan prioritas. Salah satunya dengan media yang merupakan pemangku kepentingan eksternal untuk menyebarluaskan informasi dan membina hubungan dengan baik (Suprawoto,2018:139).

Menurut Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi dan Birokrasi nomor 55 tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Hubungan Media Di Lingkungan Instansi Pemerintah bahwa, betapa pentingnya humas pemerintah bekerjasama dan menjalin dengan media terkait penyampaian informasi yang disebarluaskan oleh media dan media merupakan saluran informasi yang mempunyai jangkauan luas dalam membentuk opini serta menyerap aspirasi publik.

Adapun kaitanya dengan tugas humas yang sudah diatur dalam Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, Nomor 30 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Tata Kelola kehumasan. Tugas humas pemerintah adalah 1. melaksanakan komunikasi timbal balik antara instansi pemerintah dan publik yang terencana untuk menciptakan saling pengertian dalam mencapai tujuan, demi memperoleh manfaat bersama; 2. meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas public; 3. meningkatkan koordinasi dalam penyebarluasan informasi tentang kebijakan pemerintah; 4. membangun citra dan reputasi positif. Tugas humas ini dilaksanakan oleh setiap tingkatan pemerintah: nasional, provinsi, kabupaten, dan kota.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti terkait humas yang menjalin hubungan dengan media tidak optimal, menurut, Praceka dan Handaningtias, 2017 bahwa, persepsi wartawan dengan humas pemerintah Provinsi Banten terhadap keduanya. Dalam penelitiannya, bahwa wartawan merupakan rekan bagi pemerintah daerah dalam mempublikasikan informasi lainnya yang dibutuhkan masyarakat. Wartawan juga ikut terlibat dalam kegiatan yang diselenggarakan provinsi, namun beberapa *event* yang melibatkan wartawan tidak diikutsertakan karena humas Provinsi Banten belum melihat penghargaan yang dicapai wartawan, serta kurangnya koordinasi antara wartawan dengan panitia acara ataupun dengan koordinasi dengan humas pemerintah (Praceka, dkk;2017:147-148).Berdasarkan data di atas bahwa humas pemerintah Provinsi Banten belum menjalankan tugas humas yang pertama yaitu komunikasi timbal balik antara instansi publik yang terencana untuk ciptakan saling pengertian.

Peneliti melakukan observasi terhadap peraturan kepala daerah di tujuh kabupaten maupun kota di Provinsi Banten yaitu, Kabupaten Tangerang, Kota Serang, Kabupaten Pandeglang, Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, Kota Cilegon, Kabupaten Lebak. Yang mengatur tentang fungsi dan tugas humas Dinas Komunikasi dan Informasi seperti pada tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1 Peraturan Kepala Daerah Yang Mengatur Tentang Tugas dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informasi pada 7 Kabupaten / Kota Provinsi Banten

NO	Kota /Kabupaten	Peraturan Kepala Daerah	Mengatur Tugas Humas
1	Kabupaten Pandeglang	Peraturan Bupati Nomor 53 tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Kabupaten Pandeglang	3 dari 4

2	Kabupaten Lebak	Peraturan Bupati Lebak Nomor 38 tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Kabupaten Lebak	3 dari 4
3	Kabupaten Tangerang	Peraturan Bupati Nomor 94 tahun 2016, tentang Kedudukan, Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Kabupaten Tangerang	4 dari 4
4	Kota Cilegon	Peraturan Walikota Nomor 68 tahun 2016 tentang Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Kota Cilegon	4 dari 4
5	Kota Serang	Peraturan Walikota Nomor 18 tahun 2017 tentang Kedudukan, Susunan organisasi Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Kota Serang	4 dari 4
6	Kota Tangerang	Peraturan Walikota Nomor 71 tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Kota Tangerang	4 dari 4
7	Kota Tangerang Selatan	Peraturan Walikota Nomor 59 tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Kota Tangerang Selatan	4 dari 4

Sumber hasil Observasi Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas, pada peraturan kepala daerah pada 7 kabupaten atau kota Provinsi Banten, bahwa, Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang, hanya mengatur 3 dari 4 tugas humas. Yang pertama, Peraturan Bupati nomor 53 tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pandeglang hanya mengatur 3 dari 4 tugas humas yakni, komunikasi timbal balik antara instansi dan publik yang terencana untuk ciptakan saling pengertian, meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas publik dan membangun citra dan reputasi positif. Yang kedua, Peraturan Bupati Nomor 38 tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika kabupaten Lebak hanya mengatur 3 dari 4 tugas humas yakni, komunikasi timbal balik antara instansi dan publik yang terencana untuk ciptakan saling pengertian,

meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas publik dan membangun citra dan reputasi positif. Sementara itu, pada 5 kota maupun kabupaten di Provinsi Banten lebih lengkap dalam mengatur 4 tugas humas sesuai permenpan dan RB nomor 30 tahun 2011 yaitu, Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, Kota Serang, Kota Cilegon, dan Kota Tangerang Selatan. Dari keempat tugas humas tersebut, mengatur tugas yang sama, yang memiliki keterkaitan dengan media adalah Kota Serang dan Kota Cilegon.

Berdasarkan data dari riset studi pelaksanaan kebijakan komunikasi di lingkungan pemerintah daerah tahun 2016 oleh peneliti. Peneliti memilih Cilegon, karena memiliki seksi kemitraan media, serta salah tugas yang dilakukan seksi kemitraan media yakni mengelola hubungan dengan media (*media relations*) yang terdapat pada Peraturan Walikota Cilegon Nomor 68 Tahun 2016 tentang tugas dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika dan paling lengkap dalam melaksanakan tugas humas sesuai permenpan dan RB nomor 30 tahun 2011.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik dan ingin mengetahui pelaksanaan tugas humas melalui kegiatan relasi media yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Cilegon.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana pelaksanaan tugas humas melalui Kegiatan relasi media yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Cilegon?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui relasi media dengan Dinas komunikasi dan informasi Kota Cilegon pada pelaksanaan tugas humas.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang relasi media dengan Dinas Komunikasi dan Informasi humas pemerintah Kota Cilegon pada pelaksanaan tugas humas.
 - b. Sebagai wawasan pada saat perkuliahan yang didapat dan di implementasikan lewat penelitian ini.
2. Kegunaan Praktisi
 - a. Penelitian ini juga bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi Dinas komunikasi dan informasi Kota Cilegon.
 - b. Dapat berguna sebagai referensi penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki masalah serupa di lingkungan yang sama maupun berbeda.

1.5 Sistematika Penulisan Akhir

Untuk mempermudah dan memahami sistematika penulisan akhir, penulis akan menjabarkan penulisan akhir yang terdiri dari 5 bab yaitu:

Bab I: Pendahuluan meliputi latar belakang permasalahan yang mendasari penulis tertarik dengan tema skripsi ini. Rumusan masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, kegunaan penelitian, lokasi dan waktu penelitian.

Bab II: Tinjauan Pustaka menjelaskan teori yang relevan dengan rumusan masalah yang diteliti.

Bab III: Metode Penelitian menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan memaparkan objek penelitian, temuan, serta analisa semua data dan fakta yang didapat selama penelitian dengan menggunakan teori yang ada dalam Bab II.

Bab V: Simpulan dan Saran Pada bab ini akan berisi kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran kepada Dinas Komunikasi dan Informatika terkait untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Peneliti menggunakan 5 penelitian terdahulu pada penelitian ini seperti berikut:

Pertama, studi yang dilakukan oleh Nur Laili Puspa Rohmana dan Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi (2020) pada *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar Dalam Sosialisasi Pemerintah, hasil penelitian menjelaskan bahwa, adapun kerjasama dengan media yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Karang Anyar dalam bentuk aktivitas *media relation* yaitu:

1. *Press conference*, yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Karanganyar mengundang sekelompok wartawan untuk mendapat informasi langsung, menjelaskan masalah yang sedang terjadi sebagai bentuk klarifikasi, menyertakan, *Press release*, yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Karanganyar untuk narasumber dan pers sebagai hasil yang kuat dari kegiatan, *Press Gathering* yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Karanganyar, mengarah pada menyediakan waktu khusus untuk dapat berkumpul bersama wartawan dengan tujuan untuk menambah keakraban antara wartawan dengan pegawai pemerintahan; 2. *Press tour*, yang dilakukan Diskominfo Karanganyar, mengajak sejumlah wartawan untuk Bersama dengan pemerintah mengunjungi suatu peresmian atau event

tertentu yang berhubungan dengan pemerintah. *Press Gathering*, yang dilakukan diskominfo Karanganyar untuk mewujudkan hubungan yang harmonis dengan media. *Media Visit* yang dilakukan Diskominfo Karanganyar dengan cara berkunjung ke beberapa Lembaga secara berkala. *Press Release*, yang dilakukan Diskominfo Karanganyar sebagai publisitas yang digunakan untuk menyebarkan berita atau informasi seputar pemerintah Kabupaten Karanganyar.

Adapun upaya pengelolaan relasi diskominfo Kabupaten Karanganyar yaitu: 1. *By serving the media* yaitu, memberikan pelayanan kepada media dengan memfasilitasi dan mentransparasi segala sesuatu yang berkaitan dengan sosialisasi dan selalu berkomunikasi dengan baik. Semisal, ada berita yang penting mengenai kendala suatu hal yang menyangkut masyarakat, maka Diskominfo kabupaten Karanganyar bertanggung jawab untuk memberikan informasi kepada media agar seluruh masyarakat dapat menjangkaunya; 2. *By Establishing Reputation For Reliability* yaitu, selalu menegakkan reputasi agar mendapat kepercayaan dari awak media. Dalam konteks ini Diskominfo kabupaten Karanganyar selalu menyiapkan bahan informasi akurat agar layak untuk dipublikasikan yang mempunyai nilai berita bagi media sebagai sebuah produk jurnalistik, dengan sumber data atau berita yang jelas, valid serta dipertanggungjawabkan dan layak untuk diberitakan; 3. *By Splying Good Copy* yaitu, dengan memberikan informasi yang baik, sesuai dengan kebutuhan media, dan menarik perhatian. Hal ini diharapkan mampu menjadi salah satu pertimbangan agar informasi yang disediakan dan disalurkan oleh Diskominfo Kabupaten Karanganyar dapat dijadikan sumber berita yang baik, mampu diolah oleh wartawan dengan baik, sekaligus memiliki esensi yang kuat; 4.

By Cooperation in Providing Material yaitu, Membangun relasi dengan pihak pers dapat dilakukan dengan menyediakan sejumlah kebutuhan para jurnalis, salah satunya informasi ataupun data yang diperlukan sebagai bahan untuk menulis berita; 5. *By Providing Verification Facilities* yaitu, relasi dapat dibangun, salah satunya dengan memberikan fasilitas bagi media. Pada konteks ini, fasilitas tidak dimaknai sebagai suap ataupun hal sejenis, melainkan memberikan fasilitas guna memudahkan wartawan melakukan peliputan. Sebut saja dengan keberadaan *press room* yang dilengkapi dengan fasilitas internet dan ruangan yang nyaman untuk menunjang kebutuhan wartawan layak dikelola sebagai pemberitaan; 6. *By Building Personal Relationship with The Media* yaitu, Membangun hubungan dengan media, dilengkapi dengan kecanggihan teknologi informasi, pada dasarnya sangat membantu menjalin hubungan personal dengan para awak media. Adapun relasi yang dibangun secara personal ini dilakukan dengan menggunakan grup Whatsapp dan media sosial lainnya sehingga hubungan yang terjalin dengan media menjadi semakin erat, akrab, dan saling menghormati dan menghargai antar profesi masing-masing.

Strategi yang kedua meningkatkan kesejahteraan rakyat dalam pelayanan publik. Strategi ketiga menjalin Kerjasama dengan media lokal yang berskala nasional. Dengan begitu menjalankan masing-masing peran dengan baik.

Maka dari itu, melalui relasi media ini, Pemerintah Kabupaten Karanganyar berharap berita yang dimuat oleh media bisa membantu dalam sosialisasi program pemerintah yang dapat membesarkan nama Pemerintah. Dengan demikian, hubungan antara pihak Instansi dengan media harus tetap harmonis. Saran yang

diberikan adalah diharapkan sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai *media relations*, sosialisasi program, atau penelitian selanjutnya bisa lebih kepada level komunikasi organisasi yang dilakukan.(Rohmana dkk, 2020:16–39)

Kedua, studi yang dilakukan oleh Dasrun Hidayat, Leili Kurnia Gustini, Megawati Puspa Dias (2020) pada Digital *media relations* pendekatan *public relation* dalam menyosialisasikan *social distancing* di Kota Bandung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, *public relations* berusaha untuk mencari informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Kota Bandung. Adapun cara yang dilakukan adalah membuat survei terkait pengetahuan masyarakat tentang COVID-19, khususnya *social distancing*.

Dengan melalui media yang digunakan *public relations* Kota Bandung dalam mensosialisasikan *social distancing*. *Public relations* dalam menginformasikan kebijakan *social distancing* melalui media sosial yang meliputi *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*. Dari tiga jenis media sosial tersebut Instagram yang lebih banyak diakses oleh masyarakat, khususnya remaja pada kelompok mahasiswa, pegawai muda, pelajar.

Realitas ini diakui oleh informan sebagai bentuk kebiasaan atau perilaku komunikasi yang dibangun oleh tren penggunaan media sosial Instagram. Pemilihan media digital sebagai saluran informasi tentang *social distancing* dan COVID-19 juga diakses melalui Facebook. Facebook digunakan oleh kelompok masyarakat yang usianya relatif dewasa. Diantara informan penelitian yang

mengaku memilih Facebook berprofesi sebagai karyawan dengan usia di atas 40 tahun yang menyatakan bahwa lebih memilih Facebook untuk mengetahui informasi mengenai COVID-19.

Youtube juga digunakan oleh masyarakat Kota Bandung dalam mencari informasi terkait COVID-19 khususnya *social distancing*. *Youtube* dianggap lebih lengkap dalam menyajikan pesan COVID-19. *Youtube* juga dianggap lebih persuasif dalam mengemas pesan sehingga masyarakat memilih media tersebut.

Sosialisasi *social distancing* melalui media sosial merupakan Platform media sosial yang digunakan sebagai strategi kampanye *social distancing* dengan pendekatan digital *media relations*. *Public relation* pemerintah Kota Bandung juga mengunggah konten-konten dengan konsisten, berkelanjutan dan terorganisir dengan baik sehingga menjadi salah satu komunikasi yang revolusioner yang mempermudah pelaksanaan kegiatan *public relations* pemerintah Kota Bandung. Konten yang di unggah juga selalu di-update agar masyarakat selalu mendapatkan perkembangan terbaru terkait COVID-19. Penyajian pesan secara kreatif sehingga mampu menarik perhatian masyarakat. Sosialisasi *social distancing* melalui media sosial dapat dikatakan berhasil dalam merubah perilaku masyarakat.

Dengan adanya, gerakan sosialisasi diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat pentingnya menjalankan protokol kesehatan. Tindakan ini tetap menjadi fokus pemerintah karena hingga saat ini trend kasus penyebaran COVID-19 belum menurun.

Dengan media sosial mampu membangun dukungan masyarakat Kota Bandung dalam menjalankan *social distancing*. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap cara kerja *public relations* di tengah teknologi modern dan arah kebijakan yang akan diambil oleh pemerintah Kota Bandung dalam menghadapi situasi pandemi atau pasca pandemi. (Hidayat dkk., 2020: 257–268)

Ketiga studi yang dilakukan I Gusti Agung Laksmi Swaryputri dan Siti Aisah (2020) pada Aktivitas Humas Pemerintah Kota Denpasar Dalam Menjalankan *Media Relations*. Hasil studi ini menunjukkan bahwa, humas Pemerintah Kota Denpasar meyakini bahwa adanya media membantu pemerintah daerah dalam berkomunikasi dan berbagi informasi secara lebih cepat dan mudah. Lewat media pemerintah bisa saling bertukar informasi dan hiburan dengan para *stakeholdernya*.

Beberapa aktivitas *media relation* yang dilakukan humas pemerintah Kota Denpasar. Yang pertama, *press breafing* biasanya dilaksanakan guna mensukseskan acara yang steril. Dimana, gerak masyarakat dibatasi selama pelaksanaan kegiatan. Karenanya, guna mendukung maksimalkan pelaksanaan kegiatan dan mendukung kelancaran kegiatan biasanya diawal kegiatan dilaksanakan pengarahan atau *press breafing*. Yang kedua, *Press Tour* biasanya dilaksanakan di Bagian Humas dan Protokol bersama rekan media dengan menyambangi berbagai daerah dengan inovasi dan kemajuan pembangunan di Indonesia. Dimana, biasanya kegiatan ini dilaksanakan setiap tahun dengan output yang diharapkan mampu memberikan rekomendasi serta usulan terhadap program

pembangunan dan inovasi di Kota Denpasar pada tahun anggaran berikutnya. Yang ketiga, *Special Event* pada Bagian Humas dan Protokol biasanya dikemas dalam rangkaian hari ulang tahun Kota Denpasar serta dalam rangkaian berbagai kegiatan yang juga diisi dengan diskusi untuk kemajuan Kota Denpasar. Yang keempat Wawancara Pers merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan oleh media dalam memperoleh informasi dari narasumber. Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi, bagian humas senantiasa memberikan atau memfasilitasi seluruh media untuk melaksanakan wawancara dengan narasumber yang merupakan bagian dari Pemerintah Kota Denpasar. Yang kelima, pemetaan media biasanya dilaksanakan dengan *google analytic* serta analisis media yang dilaksanakan oleh bagian humas bekerjasama dengan Dinas Kominfo Kota Denpasar guna menyikapi isu terkait dan bagaimana tindak lanjut terhadap isu tersebut. Yang keenam, melakukan riset media, kegiatan ini dilaksanakan guna memberikan informasi yang efektif, efisien serta tepat sasaran bagi masyarakat.

Humas Pemerintah Kota Denpasar memiliki Fungsi humas untuk menciptakan dan memelihara citra positif dan saling pengertian antara kegiatan Pemerintah Kota Denpasar dengan seluruh khalayaknya, baik eksternal maupun internal.

Dalam aktivitasnya, humas pemerintah Kota Denpasar menggunakan komunikasi timbal balik antara suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa, dan sebagainya, demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan. Saran

yang diberikan adalah Humas berperan menjadi fasilitator komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah melalui pemantauan aspirasi dalam bentuk opini, kritik, dan saran dari masyarakat. Hendaknya Humas Pemerintah Kota Denpasar lebih intensif lagi dalam melakukan tugas dan fungsinya sehingga dapat menjembatani kepentingan Pemerintah Kota Denpasar dan masyarakat, humas perlu berperan aktif dalam melakukan koordinasi dengan organisasi pemerintah daerah terkait dan melakukan komunikasi secara berkala tentang program-program yang dimiliki oleh organisasi pemerintah daerah untuk disampaikan kepada masyarakat sehingga informasi yang berkaitan dengan Pemerintah Kota Denpasar dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat (Swaryputri dan Aisah, 2020:13-22)

Keempat studi yang dilakukan oleh Dhira Mayasari, Susie Perbawasari, Heru Ryanto Budiana (2018). Pada *Media Relations* Humas Pemerintah Kota Bukittinggi (Studi Deskriptif mengenai Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kota Bukittinggi dalam Membangun Hubungan Baik dengan Media Massa Lokal). Hasil dari penelitian tersebut adalah humas Pemerintah Kota Bukittinggi Terkait relasi tugas Humas dalam mengadakan kerjasama dengan media massa lokal, baik media cetak maupun elektronik, yang sifatnya ada ikatan MOU antara Pemerintah Kota dengan media.

Adapun jenis kegiatan *media relation* yang dilakukan humas BukitTinggi yaitu:

1. Penyebaran informasi pembangunan daerah melalui media cetak, promosi dan *sharing* informasi melalui media massa, profil, dan dokumentasi.

Kegiatan penyebarluasan informasi yang bersifat penyuluhan bagi masyarakat melalui media elektronik dan mobil unit, Jumpa Pers (Penunjang Pers dan Kehumasan, Kegiatan Dialog Selamat Pagi Walikota. Walaupun dalam aktivitas relasi media dijalankan, namun humas tidak mengelompokkan media-media yang sudah terdaftar maupun yang dijalankan. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pada *media relation* yang telah dikembangkan oleh humas Bukittinggi dalam mencapai tujuannya yaitu: Yang pertama, terus-menerus mengembangkan materi PR untuk media massa Humas Pemerintah Kota Bukittinggi melakukan penambahan materi untuk media massa lokal di dalam program media relations.

2. Menggunakan berbagai media yang ada untuk menyampaikan pesan kepada publik.
3. membangun dan memelihara kontak dengan media massa Humas Pemerintah Kota Bukittinggi juga membangun dan memelihara media.
4. memosisikan organisasi sebagai sumber informasi handal untuk media massa dan memosisikan pemimpin organisasi sebagai juru bicara atau ketua dalam asosiasi profesi atau asosiasi perusahaan sejenis.

Berkaitan pada 4 strategi *media relation* yang telah dilakukan, terdapat masalah yang terjadi karena, kurangnya koordinasi humas dengan SKPD-SKPD lain dalam memberikan informasi kepada wartawan.

Hal ini dalam mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan pada *media relations*, belum maksimal dan perlu mengembangkan taktik dalam menajalin hubungan dengan media. Saran yang diberikan adalah sebaiknya,

lebih optimal dalam mengelola relasi, humas melayani kebutuhan media, dimana humas harus terbuka. Dalam memberikan informasi, mengembangkan taktik-taktik dari strategi, humas sebaiknya mengimplementasikan taktik-taktik dengan maksimal. Mengembangkan jaringan, humas hendaknya lebih aktif dalam organisasi kehumasan, yaitu Bakohumas (Badan Koordinasi Humas Pemerintah), dan menjalin hubungan dengan organisasi kewartawanan, agar humas mempunyai kemungkinan dan berpeluang untuk menjadi narasumber dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh organisasi kewartawanan tersebut (Mayasari dkk., 2018: 21–35)

Kelima studi yang dilakukan Rahmita Saleh (2017) pada Aktivitas *Media Relations* Pegawai Humas Di Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan. Hasil studi ini menunjukkan bahwa, dalam pelaksanaannya, pegawai humas provinsi Sulawesi Selatan melakukan kegiatan *media relation* berdasarkan tugas dan fungsi sub bagian publikasi dan sub bagian pengumpulan dan penyaringan informasi yaitu; Menginformasikan agenda kerja Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan kepada wartawan (Tupoksi: menyiapkan peliputan acara menyiapkan bahan penyelenggaraan keterangan pers dan rencana penyelenggaraan konferensi pers, melakukan Kerjasama dengan kemitraan media, menyiapkan peliputan, acara kegiatan pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan, dengan mengundang pers serta menyiapkan bahan-bahan siaran pers, menyiapkan, merencanakan dan menyebarluaskan kegiatan pemerintah Sulawesi Selatan dalam *press release* melalui media massa.

Menghasilkan foto berita, memberi akses kepada sumber informasi, melakukan kerjasama kemitraan dengan media massa (Tupoksi: melakukan