

Analisis Media Relations Di Lembaga Pemerintah Provinsi Riau (studi kasus: Media Relations Pada Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Pemerintah Provinsi Riau dalam Sosialisasi Program Kerja Periode 2017).



NASKAH PUBLIKASI

Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh:

M. Fajar Dwithya

NIM 13321030

MUTIA DEWI S.Sos., M. I. Kom.

NIDN: 0520028302

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Yogyakarta

2018

NASKAH PUBLIKASI

Analisis Media Relations Di Lembaga Pemerintah Provinsi Riau (studi kasus: Media Relations Pada Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Pemerintah Provinsi Riau dalam Sosialisasi Program Kerja Periode 2017).



Disusun Oleh
M. Fajar Dwithya

13321030

Telah disahkan oleh dosen pembimbing skripsi pada 19 FEB 2018

Dosen Pembimbing Skripsi

Mutia

MUTIA DEWI S.Sos., M. I. Kom.

NIDN: 0520028302

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Muzavin Nazaruddin, S.Sos., MA

NIDN: 0516087901

Analisis Media Relation Di Lembaga Pemerintah Provinsi Riau (studi kasus: Media Relations Pada Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Pemerintah Provinsi Riau dalam Sosialisasi Program Kerja Periode 2017).

M. Fajar Dwithya

Mahasiswa Program Ilmu Komunikasi FPSB UII,

Menyelesaikan studi pada tahun 2018

Mutia Dewi S.Sos., M. I. Kom.

Staf Pengajar Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

ABSTRACT

In the world of public relations, establish a relationship with the mass media is very important. This is not because the media as a tool to deliver a message and information to the audience, but also establish a good relationship with the media will make it easier for public relation practitioners in running public relations itself. In this research, the goal to be achieved is to analyze media relations activities conducted by the Bureau of Public Relations of Riau Province in socialization of policies and workplan. The research method is qualitative with descriptive approach. While the data in this research were obtained from interviews with the Bureau of Public Relations of Riau Province, and also through observation.

The Bureau of Public Relation of Riau Province establish a good relations with the journalist. The strategy undertaken by The Bureau of Public Relation of Riau Province in establishing relationships with journalists is to make good communication, forum group discussion, and also morning coffee. The Bureau of Public Relation of Riau Province communicate with journalists through the social media group whatsapp. In conducting media relations activities there is a supporting factor and inhibitor. one of the supporting factors is the rapid development of technology at this time, and the inhibitor is miss communication between the Bureau of Public Relations of Riau Province with journalists.

The result of this research is the Bureau of Public Relation of Riau Province did some media relations activities such as; press release, press conference, press tour, press receptions, media gathering, press relations, facility visit, and media relations evaluation. The Bureau of Public Relations of Riau Province doing the publications about the activities of the Government via the official website (humas.riau.go.id). The site is managed by the Bureau of Public Relations of Riau Province. Through the official website the journalist took the news about the activities undertaken by the Government and then the journalist publish the news through their respective media.

Keyword : Media Relations, The Bureau of Public Relation of Riau Province, Public Relations, Mass Media.

Pendahuluan

Dalam dunia kehumasan, menjalin hubungan dengan media massa sangat penting. Hal ini bukan karena media sebagai alat untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada khalayak, namun juga menjalin hubungan yang baik dengan media akan memudahkan praktisi humas dalam menjalankan tugas kehumasannya.

Secara umum istilah *Public Relations* dapat disebut juga dengan Humas atau Hubungan masyarakat. Pada dasarnya memiliki fungsi yang diperlukan setiap organisasi, lembaga, maupun perusahaan. Menurut Linggar Anggoro (2005:2) Humas adalah upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkelanjutan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan sikap pengertian antara organisasi atau lembaga dengan khalayaknya.

Pekerjaan sebagai humas (*public relation*) tidak hanya sekedar meningkatkan citra positif lembaga atau pemerintahan. Salah satu kegiatan jangka panjang yang bisa membantu sekaligus mendukung pencapaian humas dalam menjalankan program-program kerjanya melalui hubungan dengan media massa. Hal ini dapat dilakukan humas karena pengaruh dari media massa seperti media cetak maupun media elektronik memiliki pengaruh yang sangat kuat.

Praktisi humas pemerintahan tentunya sudah mengerti dengan kekuatan media yang sangat besar. Melalui media masyarakat dapat mengetahui peristiwa yang terjadi diluar sana. Melalui media juga dapat membentuk opini masyarakat terhadap sesuatu. Contohnya dalam hal melihat kinerja pemerintah. Melalui pemberitaan yang dibuat oleh media, masyarakat dapat mengetahui apa yang telah dan sedang dikerjakan oleh pemerintah.

Melalui *media relations* pihak humas Pemprov dengan mudah memberikan penjelasan terkait dengan permasalahan yang tengah dihadapi oleh pemerintah. Akibat dari kasus tersebut seakan citra pemerintah menjadi buruk di mata masyarakat. Dukungan dari media yang menjalin kerjasama dengan Pemerintah membuat citra pemerintah dapat kembali membaik pasca kasus tersebut.

Menjalिन hubungan baik dengan media massa akan mempermudah pekerjaan praktisi kehumasan dalam mendapatkan dukungan dalam bentuk pemberitaan dan lain-lain. Namun, bukan hal yang mudah untuk menjalin hubungan baik dengan media, khususnya dalam jangka waktu panjang. Pemprov Riau harus dapat memfilter media-media yang ada.

Seorang praktisi humas, khususnya humas pemerintahan harus dapat menjadi pionir informasi dan juga penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Bagaimana masyarakat bisa mengetahui dari program kerja yang direncanakan oleh pemerintah. Sehingga pemerintah mendapat dukungan oleh masyarakat untuk menjalankan program kerjanya. Solusi agar masyarakat mengetahui program kerja masyarakat ialah melalui media massa, mengingat fungsi media massa selain memberikan hiburan yang mendidik, juga yang terpenting adalah memberikan informasi kepada khalayak atau masyarakat.

Keterikatan antara humas dengan wartawan ialah, wartawan butuh berita dan humas butuh pemberitaan. Pemberitaan disini yang dibutuhkan oleh humas itu tentang peliputan acara atau seluruh kegiatan yang dilakukan oleh humas sehingga masyarakat mengetahui bahwa humas mengadakan acara atau event yang dapat diikuti oleh masyarakat umum.

Namun tidak jarang pemberitaan yang disampaikan oleh wartawan maupun pekerja media lainnya itu tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh praktisi humas. Maka dari itu koordinasi antara praktisi humas dengan wartawan harus ditingkatkan agar satu sama lain tidak merasa dirugikan atas salahnya koordinasi antara dua lembaga tersebut.

Melalui aktifitas *media relations*, hubungan antara pihak Biro Humas provinsi Riau dengan wartawan diharapkan akan berjalan dengan baik. Dengan begitu Biro Humas Provinsi Riau dengan mudah mempublikasi kegiatan Pemerintah Provinsi Riau yang dibantu oleh media yang bekerjasama dengan pihak Biro Humas Provinsi Riau.

Melalui *media relations*, praktisi PR di Biro Humas Provinsi Riau juga harus konsisten dalam menjaga citra positif pemerintahan. Hal ini diharuskan agar kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dapat terjaga. Selain itu, citra positif pemerintahan di mata masyarakat juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam pelaksanaan segala kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Ketertarikan peneliti dalam menentukan Biro Humas Provinsi Riau sebagai objek penelitian karena ingin mengetahui bagaimana proses pelaksanaan media relations yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau, karena sebagai seorang humas yang baik adalah humas yang bisa menjalin hubungan dengan para pekerja media atau wartawan.

Melalui media juga Pemprov Riau mempublikasikan tentang program kerja yang telah dilaksanakan. Publikasi yang dilakukan oleh Pemprov Riau ini berfungsi untuk memberi informasi terkait pelaksanaan program kerja yang telah dan sedang dilakukan oleh pemerintah.

Program yang telah dilakukan oleh Pemprov Riau diantaranya membuat pembangunan jalan pada tahun 2017 dengan alokasi dana sebanyak Rp. 838.8 M. Program lain yang telah dilakukan Pemprov Riau adalah membuat pembangunan jembatan sepanjang tahun 2014-2017 dengan alokasi dana sebanyak Rp. 609. 1 M. (www.riau.go.id diakses pada 20 Februari 2018)

Program yang direncanakan maupun yang telah dilaksanakan oleh Pemprov Riau dipublikasikan melalui media massa yang telah menjalin kerjasama dengan Pemprov Riau. Tidak semua media massa yang dapat izin dalam melakukan publikasi seputar kegiatan tersebut. Hal yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah kegiatan media yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau pada sosialisasi program kerja di tahun 2017.

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan *Media Relations* di Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau dalam sosialisasi program kerja pada periode 2017?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan *media relations* di Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau dalam sosialisasi program kerja tahun 2017.
2. Untuk mendeskripsikan gambaran mengenai kegiatan media relations Biro Humas Provinsi Riau dalam melaksanakan sosialisasi program kerja pada tahun 2017.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam bidang akademik serta pengetahuan yang terkait dengan pelaksanaan media relations.

b. Hasil dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam penelitian berikutnya yang terkait dengan pelaksanaan media relation terkait dengan praktisi humas pemerintahan.

2. Manfaat Praktis

a. Pemerintah Provinsi Riau

Hasil penelitian ini dapat menjadi tolak ukur dan menjadi evaluasi bagi Biro Humas Provinsi Riau terkait dengan sosialisasi program kerja periode berikutnya melalui media relations.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk memperluas pengetahuan mengenai pelaksanaan media relations dalam praktik Humas Pemerintahan.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu yang pertama berjudul “Praktik *Media Relations Humas* Pemerintah Kabupaten Tanjung Jabung Barat” oleh Eriansyah pada tahun 2015. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah menjalin dan menjaga hubungan dengan media merupakan cara yang efektif dalam membangun, menjaga, dan meningkatkan citra organisasi di mata Stakeholder. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan juga melakukan wawancara mendalam. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang peneliti terdapat pada objek penelitiannya. Penelitian terdahulu memilih objek penelitian terhadap Humas Pemerintah Kabupaten Tanjung Jabung Barat, sedangkan peneliti saat ini memilih Humas Pemerintah Provinsi Riau sebagai objek penelitian.

Penelitian terdahulu yang kedua berjudul “Strategi Media Relations Humas dalam Membangun Good Governance Universitas Riau. Oleh Marlia. Penelitian ini menganalisis secara deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena yang dialami oleh obyek penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini Humas Universitas Riau menerapkan berbagai strategi media relations agar tujuan yang ingin dicapai dari kerjasama dengan media massa dapat terpenuhi. Metode penelitian ini memiliki persamaan dengan metode yang digunakan peneliti saat ini yaitu sama-sama menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang menggunakan wawancara mendalam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pembahasannya yang fokus pada strategi media relations yang dilakukan oleh Humas Universitas Riau, sedangkan yang menjadi fokus peneliti adalah tentang praktik *media relations* yang dilakukan Humas Provinsi Riau dan mengetahui faktor pendorong serta faktor penghambat dari *media relation* yang dilakukan Humas Provinsi Riau.

Penelitian terdahulu yang ketiga berjudul “Analisis Media Relations dalam Mempromosikan Pariwisata Daerah Di Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara”. Oleh Febriandi Pada Tahun 2017. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan data primer dan sekunder melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dari Dinas Pariwisata kabupaten Kutai Kartanegara. Kesimpulan dari penelitian ini adalah aktifitas *media relations* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara yaitu memberi informasi seputar daya tarik wisata, dan kebudayaan yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara. Metode penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai sumber data penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pembahasannya yang fokus pada aktifitas *media relations* yang memberikan informasi seputar daya tarik wisata dan kebudayaan di Kabupaten Kutai Kartanegara, sedangkan yang menjadi fokus peneliti adalah tentang praktik *media relations* yang dilakukan Humas Provinsi Riau dan mengetahui faktor pendorong serta faktor penghambat dari *media relation* yang dilakukan Humas Provinsi Riau.

Penelitian terdahulu yang keempat berjudul “Aktifitas Media Relations dalam Menyampaikan Informasi Program Keluarga Berencana Di Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau” oleh Hikmah Muftiana. Penelitian ini menggunakan metode

kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah aktifitas media relations yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau dalam menyampaikan informasi program KB adalah *in-house journal* (*press release*, bulletin, majalah dan brosur). Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang aktifitas media relations. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu mengambil objek penelitian tentang program Keluarga Bercana yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau. Sedangkan yang menjadi objek penelitian yang ingin peneliti adalah Biro Humas Provinsi Riau.

Penelitian terdahulu yang kelima berjudul “Optimalisasi Fungsi Media Relations Untuk Keberhasilan Komunikasi Krisis.” Oleh Zainal Abidin. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam. Kesimpulan pada penelitian ini adalah pemanfaatan media untuk keberhasilan komunikasi krisis agar lebih optimal dengan menanamkan nilai-nilai seperti nilai keadilan dan kebersamaan. Hal ini juga membantu fungsi PR dalam menjalankan komunikasi krisisnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pembahasannya, dimana penelitian terdahulu lebih fokus membahas tentang fungsi *media relations* dalam keberhasilan komunikasi krisis. Sedangkan yang menjadi fokus peneliti adalah tentang praktik *media relations* yang dilakukan Humas Provinsi Riau dan mengetahui faktor pendorong serta faktor penghambat dari *media relation* yang dilakukan Humas Provinsi Riau.

F. Kerangka Teori

1. Humas Pemerintahan

a. Definisi Humas Pemerintahan

Secara umum Humas atau Hubungan masyarakat pada dasarnya memiliki fungsi yang diperlukan setiap organisasi, lembaga, maupun perusahaan. Menurut Linggar Anggoro (2005:2) Humas adalah upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkelanjutan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan sikap pengertian antara organisasi atau lembaga dengan khalayaknya.

Hubungan Masyarakat (Humas) didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang membenuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat (Cutlip dkk, 2005:5).

Menurut Muslimin (2004:6) Humas berfungsi menghubungkan publik-publik atau pihak-pihak yang berkepentingan didalam suatu lembaga atau perusahaan. Hubungan antara publik dengan suatu lembaga atau perusahaan ada yang berhubungan secara langsung dan ada yang tidak langsung. Publik yang memiliki hubungan langsung dengan lembaga atau perusahaan adalah para karyawan atau disebut dengan *employee public*. Hubungan suatu lembaga atau perusahaan dengan publik yang terdekat disamping *employee public* adalah *community public* atau publik yang berada disekitar lembaga atau perusaan tersebut berada.

2. Media Relations (Hubungan Media)

Di era teknologi seperti sekarang ini, kita hidup berdampingan dengan media. Hubungan media dengan manusia atau masyarakat sangat erat. Tujuan hubungan media tidak hanya memberikan informasi kepada masyarat. Melalui hubungan media, bebeapa lembaga juga dapat memanfaatkan situasi seperti menciptakan citra positif. Semakin baik hubungan yang dijalin dengan media tersebut, maka semakin baik pula citra lembaga atau perusahaan.

Media Relations merupakan salah satu kegiatan *public relations*. *Media Relations* juga merupakan hal penting dan dapat membantu dalam menginformasikan program kerja PR yang dijalankan dengan menggunakan teknik Publisitas.

a. Definisi Media Relations

Media relations secara bahasa merupakan berhubungan dengan media, dimana fungsi media adalah untuk menjalankan fungsi hubungan dengan publik, media juga mengambil peran sangat penting. Menurut Lesley dalam Iriantara (2005:29) media relations sebagai suatu hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi.

Menurut Jefkins dalam Nurudin (2008:12) hubungan media adalah usaha dalam mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas yang bertujuan untuk menciptakan pengetahuan dan pemahaman kepada khalayak dari lembaga atau organisasi perusahaan yang bersangkutan.

Praktisi humas harus terus mengadakan inovasi atau perubahan serta perbaikan agar hubungan dengan media semakin baik. Karena selama ini yang sering terjadi jika hubungan antara pers dan humas merupakan profesi yang sering tidak akurat. Jefkins dalam Nurudin (2008:47) memberikan kiat supaya hubungan dengan pers bisa terbina dengan baik, antara lain sebagai berikut:

1. Memahami dan melayani media. Praktisi humas yang berhasil adalah mereka yang dapat menjalin hubungan baik dengan media. Karena sebagian dari kegiatan yang dilakukan oleh praktisi humas berhubungan dengan media. Hubungan ini tidak berarti bahwa media yang membutuhkan data dari perusahaan atau lembaga, tetapi perusahaan atau lembaga juga membutuhkan publikasi media. Hal utama yang perlu diperhatikan agar terciptanya hubungan baik yaitu dengan cara memahami serta melayani kebutuhan media.
2. Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya. Membangun reputasi yang baik dengan wartawan atau pers, para praktisi humas senantiasa siap menyediakan materi-materi yang akurat dan lengkap, dan terpercaya. Jika praktisi humas cenderung menutup diri dan egois dan mau menang sendiri maka hal tersebut akan menumbuhkan sikap anti-pati dari wartawan atau pers. Bahkan, kredibilitas dari humas akan semakin berkurang dan wartawan tidak akan percaya lagi jika suatu saat humas membutuhkan wartawan atau pers lagi.
3. Membangun hubungan personal yang kokoh. Saling terbuka, jujur serta pengertian antara Humas dan wartawan sudah selayaknya dilakukan. Dengan cara seperti itu akan membuat hubungan yang kokoh akan terpelihara dengan baik, dan secara otomatis hal itu akan membuat pemberitaan yang baik.

Kekuatan media yang begitu besar sudah seharusnya dipahami oleh praktisi humas. Hal ini berarti, penggunaan bagi praktisi humas menjadi suatu keharusan yang harus dilaksanakan. Para praktisi humas sebaiknya tidak menghindar dari media, karena citra suatu lembaga atau perusahaan dapat dibangun melalui media.

Dengan mengatur dan mengarahkan perencanaan yang berhubungan dengan media terutama media massa agar mendukung dan sesuai dengan kebijakan lembaga atau perusahaan.

Kemampuan praktisi humas dalam memahami media sangat diperlukan untuk mengetahui media serta seluk-beluknya.

3. Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2002:18) SWOT adalah identifikasi situasi dan juga kondisi berdasarkan pada logika dalam memaksimalkan Kekuatan (*Strengths*), peluang (*Opportunities*), dan juga dapat melihat kelemahan (*Weakness*) serta hambatan (*Threats*).

a. Analisis Komponen Analisis SWOT

1. Strength

Analisis kekuatan yang melihat dari situasi dan kondisi perusahaan atau lembaga. Hal yang dilakukan adalah menilai serta melihat kekuatan serta keunggulan perusahaan tersebut yang nantinya akan dibandingkan dengan para pesaing.

2. Weakness

Analisis kelemahan ini dilihat dari situasi dan kondisi yang merupakan kelemahan dari lembaga atau perusahaan tersebut. Analisis ini digunakan untuk menganalisis kelemahan yang menjadi masalah dalam perusahaan.

3. Opportunities

Analisis ini digunakan untuk melihat situasi dan kondisi yang merupakan peluang atau kesempatan yang nantinya akan dimanfaatkan untuk kepentingan perusahaan agar dapat berkembang.

4. Threats

Analisis ini digunakan untuk melihat ancaman serta hambatan yang harus dihadapi oleh lembaga atau perusahaan, yang nantinya akan menjadi penghalang bagi perusahaan untuk berkembang. Jika ancaman dan penghalang ini tidak ditanggapi dengan serius maka perusahaan akan menyebabkan kemunduran bagi perusahaan tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*. Bahkan *sampling*nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Di penelitian ini lebih ditekankan pada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan dari banyaknya (kuantitas) data.

Hasil dan pembahasan Penelitian

A. Analisis Kegiatan Media Relations Biro Humas Provinsi Riau.

1. Kegiatan *Media Relations* Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau

Biro Humas Provinsi Riau merupakan Divisi yang ada dalam struktur pemerintahan. Divisi Biro Humas ini tergabung dalam Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau. Tugas pokok dari Biro Humas ini adalah menjalin komunikasi yang baik dengan media, serta mempublikasikan semua kegiatan dan program kerja dari Pemerintah Provinsi agar diketahui oleh masyarakat.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Lesley dalam Iriantara (2005:29) media relations merupakan suatu hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi.

a. Press Conference

Salah satu kegiatan media relations yang paling sering dilakukan adalah konferensi pers. Keberhasilan dalam kegiatan konferensi pers ini dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah melakukan persiapan dalam melakukan konferensi pers tersebut.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Jefkins dalam buku Darmastuti (2012:181) *Press Conference* adalah sebuah pertemuan para jurnalis yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan topik-topik yang sedang hangat dibicarakan.

b. Press Release

Press Release merupakan kegiatan penyebarluasan berita atau informasi melalui tulisan yang dibuat oleh Biro Humas Provinsi Riau yang kemudian tulisan berita atau informasi tersebut diberikan kepada media dan wartawan.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Nurudin (2008:80), media release atau yang lebih sering disebut press release adalah pengumuman yang dibuat oleh lembaga atau instansi yang bertujuan untuk dikonsumsi oleh media massa. Dimana kegiatan tersebut diliput oleh media massa yang nantinya akan memunculkan publisitas.

c. Press Tour

Silver menuliskan dalam bukunya (2003:25) *Press tour* merupakan mengajak sejumlah wartawan yang berasal dari berbagai media massa yang telah bekerjasama dengan organisasi atau perusahaan yang telah dikenal baik oleh humas diajak wisata kunjungan atau perjalanan keluar kota bersamaan dengan pejabat instansi untuk meliput secara langsung mengenai kegiatan tertentu.

Dalam kegiatan ini pihak Biro Humas Provinsi Riau mengajak pers dalam sebuah perjalanan dengan tujuan *refreshing* dan menjalin hubungan baik dan juga dapat menambah pengetahuan ilmu jurnalistik.

d. Press Receptions

Press Receptions adalah acara kumpul-kumpul kalangan pers. Sifat kegiatan ini lebih menyenangkan, terencana dan terorganisasi. Salah satu tujuan dalam acara ini juga mendekatkan diri antara wartawan dan pihak institusi atau perusahaan (Nurudin 2008:45).

Press receptions ini biasanya diadakan seperti acara halal bi halal setelah menyambut Hari Lebaran. Halal bi halal juga diadakan oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau dalam rangka menyambut Hari Raya Idul Adha yang jatuh pada bulan September lalu.

e. Media Gathering

Media gathering atau *press gathering* merupakan jamuan atau undangan baik secara formal maupun informal kepada wartawan seperti acara ulang tahun, pernikahan yang diberi keterangan oleh pihak narasumber (Widodo 2011:5).

Media gathering yang dilakukan oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau ini dalam upaya menumbuhkan rasa kekeluargaan dan membuat suasana yang lebih santai dan akrab dengan wartawan.

f. Press Relations

Press Relations dianggap penting sekali dalam dunia kehumasan. Karena bagi praktisi Humas, untuk mempunyai hubungan yang baik dengan para pemimpin atau wakil-wakil surat kabar. Hubungan pribadi yang dijalin harus dipelihara dan harus berdasarkan integritas profesi. Seorang PR atau Humas harus memperlakukan semua media sama (Oemi Abdurrachman, 2001:38).

Press Relations merupakan hubungan yang dijalin antara praktisi PR dalam bentuk kerjasama. Kegiatan ini berorientasi pada pemberian informasi seputar kegiatan dan program kerja pemerintah Riau yang diberikan oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau dengan wartawan.

g. Kunjungan Pers (Facility Visit)

Sering kali sebuah perusahaan atau instansi mengundang wartawan berkunjung ke kantornya atau bahkan sebaliknya. Dalam hal ini, Biro Humas Provinsi Riau juga melakukan hal tersebut. Kunjungan pers ini dilakukan karena adanya pergantian Kepala Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau dan juga Pergantian Kepala Bagian Humas.

h. Evaluasi Media Relations

Evaluasi dilakukan berdasarkan analisa mengenai data yang diperoleh dan menilai tujuan yang diinginkan tersebut telah tercapai atau belum. Kegiatan evaluasi ini dilakukan secara berkelanjutan (Cutlip dan Center dalam Muslimin, 2004:8).

i. Membangun Citra dengan Media Relations

Dengan adanya media relations, dapat membangun citra yang baik bagi suatu perusahaan atau instansi pemerintahan. Hal ini juga dialami oleh Biro Humas Provinsi Riau. Melalui media relations, Biro Humas Provinsi Riau dapat mempublikasikan tentang program kerja yang telah dilakukan oleh pemerintah.

2. Media Partner Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau

Menurut Burhan Bungin dalam Darmasuti (2012: 57) Media massa adalah alat komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal.

Berikut nama-nama media massa yang menjadi rekan kerja Biro Humas Provinsi Riau.

No	Jenis Media Massa	Nama Media Massa
1.	Media Cetak	Riau Pos
2.	Media Cetak	Tribun Pekanbaru
3.	Media Cetak	Haluan Riau
4.	Media Cetak	Metro Riau
5.	Media Cetak	Pekanbaru Pos
6.	Media Cetak	Pekanbaru MX
7.	Media Cetak	Tabloid Azam
8.	Media Televisi	Riau Tv
9.	Media Televisi	TVRI
10.	Media Online	Goriau.com

11.	Media Online	Riauterkini.com
12.	Media Online	Cakaplah.com
13.	Media Online	riaugreen.com

4. a (Tabel Daftar Rekanan Media Massa Biro Humas Provinsi Riau)

B. Analisis Strategi Media Relations Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau.

1. Melakukan Kunjungan Ke Kantor-kantor Media

Strategi yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau dalam menjalankan kegiatan *media relations* beragam. Salah satunya yaitu menjaga komunikasi dengan baik yaitu dengan berkunjung ke kantor-kantor *media partner* dari Biro Humas Provinsi Riau.

2. Melakukan Komunikasi yang Baik dengan Wartawan.

Biro Humas Provinsi Riau juga melakukan pendekatan yang baik dan tetap menjaga keabsahan dalam memberikan data kepada wartawan agar data yang diberikan kepada wartawan tidak salah.

3. Membuat *Forum Group Discussions*

Strategi media relations lain yang dilakukan oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau adalah membuat *Forum Group Discussions* atau melakukan diskusi dengan pihak media melalui forum yang telah dipersiapkan oleh Biro Humas Provinsi Riau.

C. Analisis SWOT Kegiatan Media Relations Biro Humas Provinsi Riau

Banyak cara atau metode yang dapat dilakukan untuk menganalisis suatu kinerja perusahaan, terutama dalam menganalisis kegiatan media relations yang dilakukan oleh Biro

Humas Provinsi Riau. Menurut Freddy Rangkuti (2002:18) Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang dapat digunakan dalam mengidentifikasi situasi dan juga kondisi berdasarkan pada logika yang memaksimalkan Kekuatan (*Strengths*), mengevaluasi kelemahan (*Weakness*), dan juga dapat melihat peluang (*Opportunities*), serta hambatan (*Threats*).

Adapun analisis SWOT yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan (*strengths*) yang teridentifikasi pada Biro Humas, Provinsi Riau dalam melakukan aktifitas media relations sebagai berikut:

- a. Kegiatan media relations yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau juga dipermudah dengan adanya grup melalui via *whatsapp*. Dengan adanya grup di media sosial *whatsapp*, Biro Humas Provinsi Riau cukup memberikan kabar tentang peliputan berita seputar kegiatan Pemerintah Provinsi Riau melalui grup tersebut.
- b. Biro Humas Provinsi Riau memiliki situs website sendiri, sehingga Biro Humas Provinsi Riau melakukan publikasi seputar kegiatan Pemrov Riau dengan cepat.
- c. Melihat dari banyaknya media massa lokal yang menjalin hubungan kerjasama dengan Biro Humas Provinsi Riau, proses media relations sudah sangat membantu Biro Humas Provinsi Riau dalam melakukan publikasi seputar program kerja telah dilakukan maupun yang masih direncanakan oleh Pemerintah Provinsi Riau.
- d. Biro Humas Provinsi Riau memberikan fasilitas ruangan khusus wartawan dan juga mengajak wartawan berangkat bersama menuju lokasi peliputan.

2. kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*weakness*) yang teridentifikasi dalam kegiatan media relations Biro Humas Provinsi Riau yang peneliti temukan adalah sebagai berikut:

- a. Ketika melakukan *press conference* atau konferensi pers, Biro Humas Provinsi Riau kurang memiliki persiapan. Seharusnya ketika melakukan konferensi pers itu Biro Humas Provinsi Riau membuat agenda atau jadwal

yang pasti terkait konferensi pers tersebut. Penyebab kurangnya persiapan ini dikarenakan pemberitahuan yang mendadak Pemprov Riau.

b. Kurangnya sosialisasi Biro Humas Provinsi Riau kepada kepala Bagian Humas terkait kegiatan media relations. Hal ini membuat kurang mengertinya Kabag Humas terkait kegiatan Kehumasan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang (opportunities) yang teridentifikasi dalam kegiatan media relations Biro Humas Provinsi Riau yang peneliti temukan adalah sebagai berikut:

a. Eratnya hubungan kekerabatan yang terjalin antara Biro Humas Provinsi Riau dengan wartawan, memungkinkan Biro Humas Provinsi Riau mendapatkan publisitas yang positif dari wartawan.

b. Keterbukaan terhadap informasi membuat hubungan Biro Humas Provinsi Riau dengan media akan tetap terjaga.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman (threats) yang teridentifikasi dalam kegiatan media relations Biro Humas Provinsi Riau yang peneliti temukan adalah sebagai berikut:

a. Sering terjadinya *misscommunications* yang terjadi antara Biro Humas Provinsi Riau dengan wartawan justru akan berdampak pada pemberitaan yang dibuat oleh wartawan.

b. Tidak adanya strategi dan kegiatan media relations yang khusus dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau justru akan mempersulit dalam menjalin hubungan dengan media dan wartawan.

Kesimpulan

Dari hasil analisis media relations yang peneliti lakukan pada Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau, dapat ditarik beberapa kesimpulan.

1. Kegiatan media relations yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah *press relations, press confernce, press tour, media gathering, press receptions, press relations, kunjungan pers (fasility visit), evaluasi media relations*.
2. Biro Humas Provinsi Riau banyak melakukan kerjasama dengan media massa seperti media cetak (Riau pos, Tribun pekanbaru, Haluan riau, Metro Riau, Pekanbaru pos, Pekanbaru MX, dan tabloid azam), media televisi (Riau TV, TVRI), dan juga media online (Goriau.com, Riauterkini.com, cakaplah.com, Riaugreen.com)
3. Strategi media relations yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau sejauh ini adalah melakukan kunjungan ke kantor-kantor media yang menjadi rekan kerja dari Biro Humas Provinsi Riau atau sebaliknya. Strategi media relations lainnya yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah melakukan komunikasi dengan baik kepada wartawan dan juga membuat *forum group discussions*.

B. Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki keterbatasan tersendiri. Untuk penelitian ini keterbatasan yang dapat ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Sulitnya membuat jadwal pertemuan dengan narasumber yang dikarenakan padatnya acara yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau pada saat peneliti mengambil data.
2. Peneliti juga belum memiliki kapasitas yang cukup dalam memaparkan dari kegiatan media relations yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau. Dengan keterbatasan yang ditemukan peneliti dalam melakukan penelitian ini diharapkan dapat menjadi batu loncatan dan dapat menjadi acuan agar peneliti selanjutnya dapat memaparkan dan mengolah data tentang aktifitas media relations dan juga dapat dikembangkan secara maksimal dari penelitian sebelumnya.

C. Saran

Agar penelitian kedepannya menjadi maksimal, peneliti memiliki beberapa saran. Saran yang ingin peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau sebaiknya memberikan pendidikan ilmu jurnalistik kepada staff agar mengerti tentang aktivitas media relations.
2. Hendaknya Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau dapat membuat strategi dan kegiatan khusus bersama wartawan agar menunjang dan tetap dapat menjalin hubungan yang lebih erat dengan wartawan.
3. Diharapkan Biro Humas Provinsi Riau dapat berbenah dan mempercepat dalam mempublikasikan suatu kegiatan atau berita kepada wartawan agar tidak terjadi lagi *misscommunication* antara pihak Biro Humas Provinsi Riau dengan pihak Wartawan.

Daftar Pustaka

Jurnal

- Hikmah Muftiana, 2012. Skripsi Ilmu Komunikasi, Aktivitas Media Relations dalam Menyampaikan Informasi Keluarga Berencana Di Badan Kependudukan dan Keluarga Brencana Nasional Provinsi Riau. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Qasim Riau.
- Eriansyah, 2015. Jurnal Komunikasi, Praktik Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Vol. 9, No. 2, April. ISSN.
- Febriandi, 2017. eJurnal Ilmu Komunikasi, Analisis Media Relations dalam Mempromosikan Pariwisata Daerah Di Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara. Vol. 5, No. 2. Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan IlmuPolitik. Universitas Mulawarman.
- Monica Lovenia, 2015. eJurnal Ilmu Komunikasi, Strategi Media Relations Humas Dalam Membangun Good Governance Universitas Riau. Vol. 2, No. 2. Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Riau.
- Zainal Abidin, 2005. Jurnal Komunikologi. Optimalisasi Fungsi Media Relations Untuk Keberhasilan Komunikasi Krisis. Vol. 2, No. 1. Maret. Universitas Indonseia Esa Unggul, Jakarta.

Hidayah, Rochma A. 2015. Jurnal Acta Diurna, IV. Kajian Tugas dan Fungsi Hubungan Masyarakat Di Kantor Pemerintah provinsi Sulawesi Utara.

Buku

Abdurrachman, Oemi. 2001. *“Dasar-dasar Public Relations”*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.

Afdhal, Ahmad Fuad. 2004. *“Tips dan Trik Public Relations”*. PT. Gasindo Indonesia. Jakarta.

Anggoro, M. Linggar. 2005. *“Teori dan Profesi Kehumasan (Serta Aplikasinya di Indonesia)”*. Bumi Aksara. Jakarta.

Assegaf, Dja’far H. 1980. *“Hubungan Masyarakat dalam Praktek”*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Bonar. 1981. *“Hubungan Masyarakat Modern (Public Relations)”*. Bina Aksara. Jakarta.

Cuttlip, Scott M., Allen H. Center & Glen M. Bromm. 2005. *Effective Public Relations Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Darmastuti, Rini. 2012. *“Media Relations (Konsep, Strategi, dan Aplikasi)”*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *“Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)”*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Effendy, Onong Uchjana. 1992. *“Dinamika Komunikasi”*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Hardjana, Andre. 2000. *“Audit Komunikasi (Teori dan Praktek)”*. PT. Grasindo. Jakarta.

Iriantara, Yosol. 2005 *“Media Relations”*. Simbiosis Rekatma Media. Bandung.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *“Teknik Praktis Riset Komunikasi”*. Prenada Media Grup. Jakarta.

- Kriyantono, Rachmad. 2012. *“PR Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Corporat*. Edisi Ke-2. Kencana. Jakarta.
- Moleong, Lexy J (1993). *“Metode penelitian Kualitatif”*. Cetakan Ke-4, PT. Remaja Rosda Karya. Bandung
- Moenir. H.A.S. 2001. *“Manajemen Pelayanan Untuk Indonesia”*. Bina Aksara. Jakarta
- Mulyana, Deddy. 2010. *“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Muslimin, 2004. *“Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian”*. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.
- Muhammad, Arni. 2007. *“Komunikasi Organisasi”*. Bumi Aksara. Jakarta
- Mulyana, Deddy. *“Komunikasi Kontekstual”*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nurudin. 2008. *“Hubungan Media (Konsep dan Aplikasi)”*. PT. Rajawali Pers. Jakarta.
- Nurudin. 2004. *“Sistem Komunikasi Indonesia”*. PT. Rajagrafindo. Jakarta
- Poerwandari, E.Kristi. 1998. *“Pendekatan Kualitatif dan Penelitian Psikologi”*. Lembaga Pengembangan Sarana Penguksukan dan Pendidikan Psikologi Universitas Indonesia (LPSP3 FP-UI). Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *“Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21)”*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *“Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*. Alfabeta. Bandung
- Silver, Sarah. 2003. *“A Media Relations Handbook for Non-Governmental Organizations”*. Media Diversity Institute. London.
- Wardhani, Diah. 2008. *“Media Relations (Sarana Membangun Reputasi Organisasi)”*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Widodo, Yohanes. 2011. *“Modul Manajemen Media Cetak”*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya. Yogyakarta.

Yusuf, Payit M. 2010. *“Komunikasi Instruksional (Teori dan Praktik)”*. Bumi Aksara. Jakarta.

Internet

www.humas.riau.go.id diakses pada 14/6/2017

www.humas.riau.go.id diakses pada 17/9/2017

www.goriau.com diakses pada 18/10/2017

www.riaugreen.com diakses pada 18/10/2017

www.cakplah.com diakses pada 18/10/2017