

**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).**



SKRIPSI

**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

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

2018

SKRIPSI

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 disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal :

Dosen Pembimbing Skripsi

الإمامة الإسلامية
الإسلامية
الإسلامية
الإسلامية

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

NIDN: 0520028302

SKRIPSI

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 dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Tanggal :
10 FEB 2018

Dewan Penguji

1. R. Narayana Mahendra Prasetya, S.Sos., MA (.....) 
NIK: 123210101
2. Mutia Dewi, S.Sos., M.I.Kom. (.....) 
NIDN: 0520028302

Mengetahui,
البعثة الإسلامية
الاستاذة الباقية

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




Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA
NIDN: 0516087901

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : M. Fajar Dwithya

Nomor Mahasiswa : 13321030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : 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).

Melalui surat pernyataan ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindakan pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang di tetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 29 Maret 2018

Yang Menyatakan,


A. Fajar Dwithya

13321030

Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



PEMERINTAH PROVINSI RIAU SEKRETARIAT DAERAH

Jln. Jend. Sudirman No. 460 Telepon (0761) – 33749, 33180, 40302, 40307 Fax. (0761) – 33477
PEKANBARU

Kode Pos : 28126

SURAT KETERANGAN

No. 396 / HK - IX / 2017

Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau dengan ini menerangkan, bahwa:

Nama : M.Fajar Dwithya
Nim : 13321030
Judul Skripsi : Analisis Media Relation Di Lembaga Pemerintah Provinsi Riau (Studi Kasus: Media Relation Pada Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau dalam Sosialisasi Kebijakan dan Program Kerja).
Pekerjaan : Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Telah menyelesaikan mengadakan penelitian di Biro Humas, Protokol, dan Kerjasama Provinsi Riau untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Media Relation Di Lembaga Pemerintah Provinsi Riau (Studi Kasus: Media Relation Pada Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau dalam Sosialisasi Kebijakan dan Program Kerja).**"

Demikian surat keterangan ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 18 September 2017

An. Kepala Biro Humas, Protokol dan
Kerjasama Setda Prov.Riau
Kepala Subbagian Hubungan Pers,
Penerbitan, Dokumentasi dan Media



ERIDI FAHMI, Sp
NIP. 19800303 201001 1 017

Motto

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan
bagi mereka yang bersungguh-sungguh*

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk seluruh keluarga dan sahabat yang selalu mendukungku.

Teruntuk Ibunda tercinta,(almh) Yusni. A, terimakasih akhirnya sampai juga saya di akhir studi. Terimakasih atas semua doa mama selama ini.

Teruntuk Makcik, Tek yan, Uncu, terimakasih untuk support selama ini.

Terimakasih selalu memberikan semangat kepada saya untuk menyelesaikan kuliah.

Untuk abangku Arief Fullah, yang selalu memberikan doa serta Dukungan dan sering menanyakan kabar.

Untuk keluarga besar Mama, yang selalu memberikan doa dan dukungan.

Sahabat-sahabat RUMAH GADANG, DUTA WACANA dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan, dan doa

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “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)”.

Terlepas dari itu penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari orang-orang di sekitar penulis. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan bantuan baik secara moril dan materil, banyak hal yang telah penulis lalui, banyak pengalaman dan ilmu yang penulis dapatkan selama menyusun skripsi ini. Maka untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik, kepada :

1. (almh) Mama yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Mutia Dewi S.Sos., M. I. Kom, dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memotivasi demi sempurnanya penyusunan skripsi ini.
3. Bapak R. Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., MA, selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan kritik dan saran.
4. Bapak Muzayin Nazaruddin, S.Sos, MA, selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
5. Bang Erisman Yahya selaku Kepala Bagian Humas Provinsi Riau Periode Januari s/d Agustus 2017 yang bersedia membantu peneliti, dan meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber wawancara.

6. Bang Eriadi Fahmi, selaku Kasubag hubungan pers dan media Biro Humas Provinsi Riau yang bersedia membantu peneliti, dan meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber wawancara.
7. Bang Erick Oktavianda selaku Kepala Bagian Humas Provinsi Riau Periode Agustus 2017 s/d Sekarang yang bersedia membantu peneliti, dan meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber wawancara.
8. Makcik, Tek Yan, Uncu, Uda yang selalu mendoakan dan memberikan support kepada saya.
9. Untuk Aulia Husna, terimakasih selalu memberi semangat dan pengertiannya selama ini.
10. Sahabat-sahabat Rumah Gadang (Aziz, Izza, Fathur, Shobi, Anwar, Ilham), terimakasih banyak atas suport, dukungan, dan juga doanya.
11. Sahabat-sahabat Duta Wacana (Gina, Zulfa), terimakasih banyak selalu menghibur penulis.
12. Untuk Ojik, Fadlan, Ade, Rama, Dede, Luthfi, terimakasih banyak atas saran, serta pembelajaran yang kalian berikan.
13. Untuk Syawal, Helen, terimakasih banyak atas doa, juga semangat yang diberikan.
14. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2013, yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu.
15. Seluruh Keluarga besar Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, terimakasih banyak.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah tersusun ini masih banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis memohon maaf apabila kesalahan yang tidak disengaja tersebut menyinggung satu dan lain pihak dan semoga ini dapat membawa manfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan.

Yogyakarta, 29 Maret 2018

Penulis



M. Fajar Dwithya

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iv
SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN	
PENELITIAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Teori	8
1. Humas Pemerintah	8
a. Definisi Humas Pemerintah	8
b. Teknik Membangun Citra Publik	12
2. Media Relations (Hubungan Media)	13
a. Definisi Media Relations	13
b. Humas dan Praktik Media Relations	14
c. Kegiatan Media Relations	15
d. Media Massa	17
e. Perencanaan Media Relations	18
f. Strategi Media Relations	18

g. Tujuan Media Relations	20
3. Analisis SWOT	21
G. Metode Penelitian	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Lokasi Penelitian	23
3. Narasumber Penelitian	23
4. Teknik Pengumpulan Data	23
H. Tahap Penelitian	26
1. Menentukan Objek Penelitian	26
2. Observasi.....	26
3. Reduksi data	26
4. Analisis Data dan Pembahasan	26
5. Penarikan Kesimpulan	26
6. Keabsahan Data	27

BAB II : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Visi dan Misi Biro Humas Setda Provinsi Riau	28
1. Visi	28
2. Misi	29
B. Gambaran Divisi Bagian Humas Provinsi Riau	29
C. Fasilitas Biro Humas	31
D. Struktur Organisasi Biro Humas, Protokol, dan Kerjasama Provinsi Riau	31
E. Profil Narasumber.....	34
F. Gambaran Umum Aktivitas Biro Humas	36

BAB III : TEMUAN PENELITIAN

A. Hasil Temuan di Biro Humas Provinsi Riau	38
1. Kegiatan Media Relations di Biro Humas Provinsi Riau	38
2. Jenis-jenis Kegiatan Media Relations Biro Humas Provinsi Riau	39
3. Media Massa	47
4. Strategi Media Relations Biro Humas Provinsi Riau	50
6. Membangun Citra dengan Media Relations	51

BAB IV : PEMBAHASAN

A. Analisis Kegiatan Media Relations Biro Humas Provinsi Riau	54
1. Kegiatan Media Relations Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau	54
2. Media Partner Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau	69
B. Analisis Strategi Media Relations Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau	71
1. Melakukan Kunjungan ke Kantor-Kantor Media	72
2. Melakukan Komunikasi yang Baik dengan Wartawan	72
3. Membuat Forum Group Discussions	73
C. Analisis SWOT Kegiatan Media Relations Biro Humas Provinsi Riau	73
1. Kekuatan (Strength)	73
2. Kelemahan (Weakness).....	74
3. Peluang (Opportunities)	75
4. Ancaman (Threats).....	75

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Keterbatasan Penelitian	76
C. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Struktur Organisasi Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau	32
Tabel 2.2	Struktur Organisasi Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau Periode Agustus 2017 s/d Sekarang	33
Tabel 3.1	Daftar Narasumber	37
Tabel 3.2	Daftar Rekanan Media Massa Biro Humas Provinsi Riau	47
Tabel 4.1	Daftar Rekanan Media Massa Biro Humas Provinsi Riau	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gedung Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau	29
Gambar 3.1 Website Resmi Biro Humas Provinsi Riau	40
Gambar 3.2 Kegiatan Press Conference Gubernur Riau	41
Gambar 3.3 Hasil Wawancara Bapak Erisman Yahya Via Whatsapp	48
Gambar 3.4 Media Online Rekanan Biro Humas Provinsi Riau	49
Gambar 3.5 Media Online Rekanan Biro Humas Provinsi Riau	49
Gambar 3.6 Media Online Rekanan Biro Humas Provinsi Riau	50
Gambar 3.7 Berita Kegiatan Membangun Citra Pemerintah Provinsi Riau	52
Gambar 3.8 Berita Kegiatan Membangun Citra Pemerintah Provinsi Riau	53
Gambar 4.1 Ruang Khusus Wartawan di Kantor Biro Humas Provinsi Riau	65

Abstrak

M. Fajar Dwithya. 13321030. Analisis Media Relation Di Lembaga Pemerintah Provinsi Riau (studi kasus: Media Relations Pada Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Pemerintah Provinsi Riau dalam Sosialisasi Kebijakan dan Program Kerja). Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2018.

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. Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah menganalisis kegiatan media relations yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau dalam sosialisasi kebijakan dan program kerja. Metode penelitian adalah kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Sedangkan data yang diperoleh dari penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara dengan pihak Biro Humas Provinsi Riau, dan juga melalui observasi yang penulis lakukan.

Biro Humas Provinsi Riau menjalin hubungan baik dengan wartawan. Strategi yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau dalam menjalin hubungan dengan wartawan adalah melakukan komunikasi yang baik, forum group discussion, dan juga kopi morning. Biro Humas Provinsi Riau melakukan komunikasi dengan wartawan melalui grup media sosial *whatsapp*. Dalam melakukan kegiatan media relations terdapat faktor pendukung dan penghambat. Diantara faktor pendukung Biro Humas dalam melakukan media relations ini adalah perkembangan teknologi pada saat ini yang berkembang pesat, dan yang menjadi faktor penghambatnya adalah terjadi misscommunications antara pihak Biro Humas Provinsi Riau dengan wartawan.

Hasil dari penelitian ini adalah Biro Humas Provinsi Riau melakukan beberapa kegiatan media relations diantaranya; press release, press conference, press tour, press receptions, media gathering, press relations, facility visit, evaluasi media relations. Biro Humas Provinsi Riau melakukan publikasi tentang kegiatan pemerintah melalui situs resmi humas.riau.go.id. Dimana situs ini langsung di kelola sendiri oleh Biro Humas Provinsi Riau. Melalui situs resmi tersebut wartawan mengambil pemberitaan tentang kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah dan kemudian wartawan mempublikasikan melalui media mereka masing-masing.

KATA KUNCI : Media Relations, Biro Humas Provinsi Riau, Public Relations, Media Massa.

ABSTRACT

M. Fajar Dwithya. Analysis of Media Relation At Riau Provincial Government Institution (case study: Media Relations at Public Relations Bureau, Protocol and Cooperation of Riau Provincial Government in Socialization of Policy and Work Program). Bachelor's Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia. 2018.

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

BAB I PENDAHUUAN

A. Latar Belakang

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.

Kekuatan media massa yang besar juga dapat dimanfaatkan oleh praktisi humas. Penggunaan media massa bagi praktisi humas bisa mengatur dan mengarahkan perencanaan agar mendukung dan sesuai dengan kebijakan lembaga pemerintahan. Selain itu kekuatan media juga dapat menaikkan citra pemerintah dimata masyarakat.

Menurut Burhan Bungin dalam Darmasuti (2012: 57) Media massa adalah alat komunikasi yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal. Melalui media massa juga banyak informasi yang menyebarluaskan serta dapat berkembang dengan mudah dan cepat di masyarakat. Melalui informasi yang disampaikan oleh media massa dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap sesuatu.

Jenis media massa pada saat ini sangat beragam, mulai dari media cetak seperti koran dan majalah, media elektronik seperti televisi dan radio. Namun perkembangan teknologi yang tengah digunakan masyarakat ada media online menggunakan internet. Melalui media online, masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi yang diinginkan.

Dengan banyaknya media massa membuat praktisi humas pemerintahan dapat memanfaatkan media massa tersebut dalam melakukan publikasi tentang kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah. Namun, praktisi humas juga harus tetap mengawasi dan mengontrol pemberitaan yang ada di media.

Media online juga harus mendapat perhatian khusus bagi praktisi humas, karena masyarakat pada saat ini sudah banyak mengerti tentang media online ini. Selain mudah mengakses tentang sebuah peristiwa, pemberitaan yang dipublikasi melalui media online juga sangat cepat tersebar.

Ketika ada sebuah berita yang dapat mengangkat citra pemerintah mungkin tidak akan jadi permasalahan, namun jika terjadi pemberitaan yang kurang baik mengenai pemerintah, hal ini tentu saja menjadi perhatian publik. Dari pemberitaan itu juga banyak masyarakat yang dapat menilai kinerja pemerintah yang kurang baik.

Dari sini peran praktisi humas dilihat dalam melakukan klarifikasi terhadap pemberitaan yang tidak baik tersebut. Tentunya dengan mengundang wartawan dalam membantu praktisi humas untuk melakukan klarifikasi untuk memperbaiki citra pemerintah di mata masyarakat.

Dalam menjalankan pekerjaannya, praktisi humas terutama humas Provinsi Riau tidak lepas dalam sorotan media massa. Baik itu kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh PemProv Riau, hingga pada masalah-masalah lain yang terjadi di Provinsi Riau akan terus dipantau oleh media. Peran humas Provinsi Riau ialah

memberikan informasi ataupun klarifikasi kepada media jika terjadi sebuah peristiwa yang menyangkut Pemerintah Provinsi Riau.

Apabila peristiwa yang terjadi berdampak positif bagi Pemerintah Provinsi, tentu saja tidak akan menjadi masalah. Namun, jika terjadi pemberitaan yang dikeluarkan oleh media massa berdampak negatif bagi pemerintah provinsi, maka akan menjadi sebuah masalah. Tentu saja hal tersebut menjadi tugas praktisi humas dalam memberikan klarifikasi dan meluruskan permasalahan yang terjadi, sehingga citra positif Pemprov tetap terjadi di masyarakat.

Contoh kasus yang pernah terjadi dalam pemerintah Provinsi Riau ketika Gubernur Riau Annas Maamun terseret dalam kasus korupsi. Saat itu banyak pemberitaan yang negatif terhadap kinerja pemerintah Provinsi Riau atas kasus tersebut. Namun humas Pemprov langsung memberikan penjelasan agar masalah tersebut tidak berlarut-larut sehingga citra Pemprov Riau menjadi baik kembali.

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.

Menjalin 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 Bencana 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 kasi 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 dilaksanakan 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.

Menurut Muslimin (2004:34) ciri khas komunikasi yang digunakan oleh seorang Humas adalah komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah merupakan komunikasi antara dua pihak dan ada *feedback* yang diberikan antara komunikator maupun komunikan. Komunikasi dua arah ini dapat terjadi secara vertikal dan horizontal;

1. Komunikasi vertikal merupakan komunikasi yang berlangsung dari atas ke bawah maupun sebaliknya. Contohnya komunikasi yang berlangsung antara atasan dengan karyawan kantor.
2. Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang berlangsung antara komunikator dan komunikan yang mempunyai kedudukan dan wewenang yang sama. Contohnya komunikasi antara karyawan yang satu dengan karyawan lainnya yang masih satu tingkat.

Menurut Cutlip dan Center dalam Muslimin (2004:8) komunikasi yang efektif dalam kegiatan Humas memiliki empat tahapan, yaitu:

a. *Fact-finding* (mencari fakta)

Fact-finding adalah mencari atau mengumpulkan fakta atau data sebelum seseorang melakukan suatu kegiatan atau tindakan. Misalnya seorang PR perusahaan atau humas pemerintahan, sebelum ia melaksanakan tugasnya, maka ia harus mengetahui terlebih dahulu tentang; apa yang dibutuhkan publik, siapakah yang termasuk dalam publik atau khalayak, melihat publik dari berbagai sudut pandang, mengapa publik bersikap acuh tak acuh, menentang, dsb.

b. *Planning* (perencanaan)

Ketika fakta atau data telah didapatkan, maka PR atau Humas membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi permasalahan tersebut. Hal yang perlu diperhatikan dalam membuat rencana meliputi pengirim pesan atau komunikator, pesan yang akan disampaikan oleh komunikator, media apa yang akan digunakan dalam menyampaikan pesan, komunikan atau orang yang dijadikan target dalam penyampaian pesan tersebut.

c. *Communicating*

Setelah seluruh rencana tersusun dengan baik dan sesuai dengan fakta yang didapatkan sebelumnya. Maka PR atau Humas turun ke lapangan menjalankan tugasnya.

d. *Evaluation*

Evaluasi dilakukan berdasarkan analisa mengenai data yang diperoleh dan menilai tujuan yang diinginkan tersebut telah tercapai atau belum. Kegiatan evaluasi ini dilakukan secara berkelanjutan.

Selain humas dari perusahaan, juga terdapat humas pemerintahan. Humas pemerintah merupakan salah satu unsur dalam pemerintahan yang bertugas untuk membantu aktifitas pemerintah yang berfokus pada menjalin hubungan dengan masyarakat serta pihak-pihak yang berkaitan.

Humas pemerintah merupakan lembaga yang menjalankan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui program kebijakan dalam rangka menciptakan citra yang positif dalam instansi pemerintahan.

Tata kelola kehumasan merupakan proses yang meliputi kegiatan analisis situasi pengumpulan data dan fakta, strategi program dan perencanaan, implementasi dalam tindakan dan komunikasi, serta melakukan evaluasi dalam pengukuran hasil yang telah dicapai.

Bagi seorang Humas untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dengan cara mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang baik dan favorable atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik. Kegiatan *public relations* juga harus diarahkan kedalam dan keluar oleh pihak *Internal Public Relation* dan *External Public Relations*.

1. Internal Public Relations

Menurut Griswold dalam Oemi Abdurrachman (2001:34) tujuan Internal Public Relations adalah untuk mencapai karyawan yang memiliki kegairahan dalam bekerja. Hal ini dapat diciptakan apabila pimpinan memperhatikan kepentingan-kepentingan karyawan, mulai dari segi ekonomi, sosial maupun aspek lainnya. Memberikan kesejahteraan bagi karyawan akan memengaruhi kelancaran aktivitas dalam badan perusahaan.

Didalam usaha-usaha untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dengan menjalin komunikasi yang bersifat *two-way communication* atau komunikasi dua arah antara pimpinan dan bawahan yang akan memberikan *feedback* positif dan berujung pada *good human relation*. (Oemi Abdurrachman, 2001:34).

2. External Public Relations

Salah satu tujuan External Public Relation adalah untuk mempererat hubungan dengan orang-orang yang diluar badan lembaga atau perusahaan hingga terbentuk opini publik yang favorable terhadap lembaga atau perusahaan tersebut. Menurut Oemi Abdurrachman (2001:35) suatu lembaga atau perusahaan menjalin hubungan dengan publik luar perusahaan itu merupakan suatu keharusan dalam usaha untuk; memperluas langganan, mencari modal dan hubungan, memecahkan persoalan-persoalan yang terjadi maupun persoalan yang sedang dihadapi.

Komunikasi yang dijalin oleh External Public Relations harus timbal-balik juga seperti komunikasi dua arah. Sebab seorang pemimpin yang baik itu, bukan saja dapat memberikan informasi, tetapi ia juga harus bisa menerima pesan dan informasi yang diberikan oleh pihak lain.

Menurut Oemi Abdurrachman (2001:39) tugas yang dilaksanakan oleh External Public Relations atas dasar untuk memperoleh dukungan, kepercayaan, dan pengertian dari pihak luar atau *external public*, serta menciptakan kesediaan dalam menjalin kerja sama dari publik, diantaranya;

- a. Menilai sikap dan opini publik terhadap kepemimpinan kepada pegawai dan metode yang digunakan dalam memimpin
- b. Memberikan respon yang baik secara obyektif tentang segala aktivitas dan perkembangan lembaga atau perusahaan.

Menurut Oemi Abdurrachman (2001:38) untuk menjalin komunikasi dengan External Publik dapat diselenggarakan dengan cara:

1. *Personal Contact* (Kontak Pribadi)

Unsur penting dalam hal ini adalah perlakuan baik terhadap perorangan yang berhubungan dengan lembaga atau perusahaan. Para karyawan yang berhubungan langsung dengan publik harus selalu bersikap baik, ramah, dan sopan, serta selalu bersedia mendengarkan apa yang dikatakan atau ditanyakan publik kepadanya.

2. *Press release*

Press release merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan *public relation*. Semua praktisi PR sudah sangat mengerti tentang arti pentingnya *press release*. Dengan terciptanya hubungan baik antara

lembaga atau perusahaan yang diwakili oleh praktisi PR dengan media massa, maka PR menyiapkan *press relase* memperhatikan mengenai tehnik penyusunan pesan yang sesuai dengan gaya editorial para pembacanya.

3. *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.

4. *Publicity*

Publicity merupakan berita yang ditulis dalam surat kabar maupun majalah atau berita yang disiarkan melalui radio maupun televisi yang menarik perhatian publik mengenai kegiatan masyarakat yang terlibat langsung dengan kegiatan tersebut.

b. Teknik Membangun Citra Publik

Didalam usaha untuk menciptakan suasana atau citra yang baik dalam *internal public* maupun *external public* memerlukan tahapan yang menjadi titik perhatian yang menjadi suatu rangkaian tujuan perencanaan dari tugas serta fungsi dari Humas. Metode penyusunan rencana ini melalui proses komunikasi hingga pemecahan masalah, baik didalam organisasi maupun personel.

Humas pemerintah memiliki tugas dalam membentuk citra pemerintah dimata masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui publikasi yang dilakukan oleh humas pemerintah, dengan adanya publikasi seputar kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah maka masyarakat dapat mengetahui dan secara tidak langsung masyarakat dapat menilai kerja pemerintah.

Humas pemerintah menjadi bagian penting dalam tatanan pemerintahan yang bertugas untuk mempermudah pelaksanaan kebijakan pemerintah. Humas juga sebagai wadah bagi pemerintah dalam menyampaikan pesan. Menurut Rochma A. Hidayah dalam Jurnal *Acta Diurna IV* (2015:2), humas pemerintah memiliki beberapa tugas, yaitu:

(1) Memberikan pelayanan dan menyebarluaskan pesan atau informasi, (2) mengamankan kebijakan pemerintah, (3) berperan dalam menciptakan suasana yang kondusif dan dinamis demi stabilitas dan keamanan politik serta membantu pemerintah dalam mewujudkan program pembangunan nasional.

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 masyarakat. Melalui hubungan media, beberapa 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 akur. 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 menghindari 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.

b. Humas dan Praktik Media Relations

Kerja sama yang dilakukan antara humas dan media atas dengan mengatas namakan lembaga atau perusahaan memungkinkan dalam membentuk kesadaran entitas serta kemampuan dalam membuat dampak dengan *audiens*. Hal ini juga memungkinkan akses ke kedua sasaran tersebut dan membantu dalam membangun dukungan publik serta dapat memobilisasi opini publik untuk sebuah lembaga atau perusahaan. Ini semua dilakukan melalui berbagai media serta dapat

mendorong dalam melakukan komunikasi dua arah.

Pada umumnya, media relations yang dilakukan oleh lembaga atau perusahaan kepada PR hanya sebatas pada mengundang media disaat tertentu. Hubungan antara lembaga dan media juga hanya sebatas pada saat acara-acara seremonial. Ketika sikap seperti ini tetap dilanjutkan, maka akan menimbulkan kesan negatif dan dapat melahirkan sikap anti-pati media terhadap lembaga atau perusahaan.

Media relations adalah sarana yang dapat digunakan dalam menyampaikan opini kepada publik. Bagi praktisi PR terutama PR di pemerintahan, media relations merupakan upaya kerjasama dengan media dalam menyampaikan sebuah program kerja atau kebijakan yang kemudian disampaikan kepada publik atau masyarakat.

Hubungan antara praktisi Humas dengan media akan menghasilkan sebuah publisitas. Menjalin hubungan dengan media merupakan hal penting dalam praktek *media relations*. Hal ini dikarenakan media merupakan wadah atau tempat bagi praktisi PR dalam mempublikasikan berita.

c. Kegiatan Media Relations

Hubungan baik yang dijalin antara *Public Relations* dengan media massa bukanlah tujuan utama dari kegiatan media relations ini. Tujuan utama dari kegiatan media relations adalah menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan atau instistusi dengan *stakeholder* sehingga terciptanya kepercayaan diri *stakeholder* terhadap perusahaan atau institusi tersebut (Darmastuti 2012:177).

Untuk mencapai tujuan utama ini, praktisi PR membutuhkan media untuk menjangkau khalayak atau masyarakat yang berada ditempat yang terpisah. Oleh karena itu dibutuhkan hubungan yang baik antara praktisi PR dengan media. Menjalin hubungan baik dengan media akan mempermudah praktisi PR untuk mempublikasikan suatu pesan agar sampai ke masyarakat atau khalayak.

Menurut Silver (2003: 25) ada beberapa kegiatan atau instrumen dalam menjalankan media relations, diantaranya :

1. *Press Tour*

Sejumlah wartawan yang berasal dari berbagai media massa yang telah bekerjasama dengan organisasi atau perusahaan yang telah dikenal baik oleh humas diajak wisata kunjungan ke suatu acara khusus, atau perjalanan ke luar kota bersama pemimpin perusahaan selama lebih dari satu hari, untuk meliput secara langsung mengenai kegiatan tertentu.

2. *Press Conference*

Konferensi pers biasanya harus diatur terlebih dahulu karena informasi yang ingin disampaikan yang begitu kompleks, sehingga dialog dengan pihak media lebih jelas.

3. *Press Release*

Press release adalah menyampaikan pernyataan tertulis kepada pihak pers atau media.

4. *Media Briefing*

Media briefing ini dilakukan untuk mengajak wartawan bertemu, biasanya pertemuan dengan media ini dilakukan secara periodik dalam jangka waktu tertentu.

7. *Press Receptions*

Press receptions ini merupakan sebuah undangan untuk wartawan yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial baik formal maupun informal. Biasanya acara ini dilakukan ketika perayaan natal dan juga halal bi halal ketika lebaran.

Widodo (2011:5) menjelaskan bahwa instrumen media relations lain yang dapat digunakan yaitu *media gathering* dan *press statement*. *Media gathering* atau jamuan pers merupakan acara yang dibuat untuk menumbuhkan suasana kekeluargaan antara pihak humas dengan pihak media atau wartawan. *Press statement* merupakan memberi keterangan kepada pers yang dilakukan oleh narasumber tanpa undangan resmi dan biasanya dilakukan via telepon.

d. Media Massa

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

Dalam era informasi yang semakin berkembang seperti saat ini, media massa memiliki peranan yang sangat besar dalam kehidupan. Berbagi informasi, berbagi pengetahuan, bahkan berkomunikasi dapat dilakukan dengan media massa. Banyaknya jumlah media massa yang ada sekarang ini mulai dari media cetak (koran, majalah) media elektronik (televisi, radio), hingga media yang terbaru sekarang dan lebih banyak digunakan yaitu media online.

Bagi beberapa orang, hanya bisa menikmati media massa seperti media cetak, media elektronik. Bagi masyarakat lain, sangat jarang menggunakan media online. Latar belakang pendidikan dan kondisi ekonomi menjadi faktor penyebab masyarakat tidak dapat menggunakan media tersebut.

Media massa memiliki peranan dalam menyampaikan informasi dari belahan dunia yang satu ke belahan dunia yang lain. Menurut Darmastuti (2012:23) Peranan lain dari media massa adalah sebagai berikut:

1. Fungsi pengawasan.

Media massa memiliki fungsi dalam mengawasi kegiatan yang dilakukan masyarakat agar sesuai dengan aturan yang berlaku di masyarakat tersebut.

2. Fungsi mendidik.

Media massa juga berfungsi untuk mendidik melalui pesan-pesan yang disampaikannya. Isi pesan yang dikirimkan oleh media massa secara tidak langsung merupakan sarana pembelajaran bagi masyarakat.

3. Fungsi menghibur.

Selain memiliki fungsi pengawasan dan mendidik, media massa juga memiliki fungsi menghibur. Fungsi ini dapat dilihat ketika isi atau konten media tersebut berisi hiburan.

Fungsi media massa masih terlalu banyak. Tetapi fungsi-fungsi yang diatas menunjukkan bahwa media memiliki peranan dalam memengaruhi masyarakat., baik itu memberi pengaruh yang positif maupun memberikan pengaruh yang negatif. Media massa juga mampu memengaruhi masyarakat untuk membangun citra, baik itu membangun citra yang positif maupun citra yang negatif.

e. Perencanaan Media Relation

Perencanaan media relations dapat dilaksanakan secara rutin per tahun. Jika timbul krisis, maka perencanaan media relations dilakukan tergantung krisis yang dihadapi. Bisa perencanaan jangka pendek, menengah., yang batasan waktunya sekitar satu hingga tiga bulan. Menurut Diah Wardhani (2008:151) tujuan perencanaan media relations adalah:

1. Untuk memudahkan media dalam menentukan kegiatan peliputan. Tujuan ini bermaksud untuk memudahkan media mengetahui agenda rutin perusahaan dan mudah mengaturnya dengan penugasan dari redaksi media tersebut.
2. Untuk membangun citra dan reputasi yang positif bagi lembaga atau perusahaan. Dengan mengadakan acara rutin yang memiliki nilai tinggi, maka hubungan dengan media akan semakin baik. Ketika ada isu negatif terhadap lembaga atau perusahaan, maka media tidak akan mudah menulis berita negatif terhadap perusahaan tersebut dan akan melakukan pengkajian ulang terlebih dahulu dan akan berupaya maksimal untuk berhati-hati dalam menulis berita karena media telah mengenal baik perusahaan tersebut.
3. Untuk mengalihkan perhatian publik dari isu negatif ke isu yang lebih positif. Ketika sebuah perusahaan atau lembaga mendapat isu negatif di media massa, maka perusahaan akan membuat agenda setting sendiri yang akan membuat publik dapat melihat sisi lain lembaga atau perusahaan kearah yang lebih positif.
4. Menjaga hubungan baik serta mengevaluasi publisitas. Perencanaan yang rutin dibuat oleh lembaga atau perusahaan akan menjaga hubungan baik yang konsisten antara perusahaan dengan pihak media.

f. Strategi Media Relations

Menurut Yusuf (2010:228) strategi dapat diartikan sebagai sebuah rencana yang menyeluruh dalam mencapai suatu target meskipun tidak adanya jaminan sebuah keberhasilan. Di dalam dunia komunikasi, strategi berarti sebuah rencana yang bertujuan mencapai target komunikasi.

Menurut Darmastuti (2012:153) strategi membangun hubungan dengan media adalah sebuah rencana yang disusun dengan cermat dalam membangun hubungan dengan media dalam rangka menciptakan hubungan yang baik dengan media massa.

Mempunyai strategi dalam menjalin hubungan yang baik dengan media massa merupakan suatu kewajiban bagi praktisi *Public Relations*. Seorang *Public Relations* akan dapat menjalin hubungan yang baik dengan media jika didukung oleh strategi komunikasi yang tepat dan efektif dengan media.

Hal ini dikarenakan media massa merupakan media yang sangat vital dalam membantu seorang *Public Relations* untuk menyampaikan pesan kepada publik atau khalayak. Oleh karena itu, memikirkan strategi untuk menjalin hubungan yang baik dengan media massa sangat penting, mengingat tidak semua pemberitaan yang dikirimkan oleh *Public Relations* selalu diberitakan oleh media massa (Darmastuti 2012:160).

Pemahaman tentang menyusun strategi dalam menjalin hubungan yang baik dengan institusi media itu merupakan hal yang sangat penting bagi praktisi *public relations*. Strategi disini yang harus dilakukan oleh praktisi PR adalah memberikan pelayanan yang baik kepada media.

Pelayanan yang dilakukan oleh praktisi PR adalah memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh media massa tersebut. Informasi yang diberikan berupa jadwal kegiatan atau perencanaan rancangan program yang akan dilakukan oleh pihak perusahaan atau lembaga pemerintahan.

Saling terbuka terhadap informasi, menumbuhkan rasa *friendly* atau bersikap ramah kepada wartawan juga merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh praktisi PR dalam menjalin hubungan baik dengan media.

Strategi media relations disusun sebagai panduan bagi organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan. Strategi media relations menurut Silver (2003:33) diantaranya :

1. Membangun komitmen

Dalam hal ini perusahaan atau organisasi harus membangun tim yang menjalin relasi dengan media, mengidentifikasi kebijakan dan tujuan media, memahami opini yang sedang berkembang di masyarakat, dan menyusun rencana kampanye melalui media.

2. Media Target

Dalam hal ini organisasi atau perusahaan harus memperhatikan media yang ingin diajak kerjasama guna memastikan media yang dipilih sudah tepat.

3. Pengembangan pesan

Pesan apa yang harus disampaikan melalui media harus disusun dengan pertimbangan terhadap isu atau opini apa yang akan dibahas dan dikemas dengan bahasa yang akan digunakan.

4. Pengembangan strategi

Suatu strategi dalam implementasinya selalu dihadapkan pada situasi yang dinamis, sehingga strategi harus mengandung langkah-langkah yang taktis agar tepat sasaran.

g. Tujuan dan Manfaat Media Relations

Menurut Rachmadi dalam Wardhani (2008:13) ada beberapa tujuan media bagi organisasi, diantaranya :

1. Memperoleh publisitas seluas mungkin tentang suatu kegiatan untuk diketahui oleh publik.
2. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi saling percaya dan menghormati.
3. Memperoleh umpan balik mengenai kegiatan organisasi.
4. Melengkapi data bagi pemimpin organisasi untuk keperluan kebijaksanaan.

Manfaat media relations selalu berkaitan antara manfaat bagi organisasi atau perusahaan, bagi media massa dan bagi publik. Hubungan antara organisasi dengan media yang diwakili oleh praktisi PR atau Humas dengan wartawan diharapkan akan lebih positif dan baik. Menurut Wardhani (2008:14) manfaat media relations antara lain :

- a. Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi.
- b. Menyampaikan atau memperoleh informasi yang akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.
- c. Membangun kepercayaan yang timbal balik dengan prinsip yang saling menghormati dan menghargai, kejujuran serta kepercayaan.

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.

G. Metode Penelitian

1. Jenis 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.

Menurut Sugiyono (2011:15) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Menurut Lexy Moleong (1990:88) penelitian kualitatif berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif dan mengadakan analisis data secara induktif.

Menurut Poerwandari (1998:55) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkripsi wawancara, catatan lapangan, gambar, foto rekaman video dan lain-lain. Bila disimpulkan dari atas bahwa metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang deskriptif yang dilakukan dengan wawancara, dan setelah menghasilkan wawancara.

Secara umum, penelitian yang menggunakan metodologi kualitatif mempunyai ciri-ciri :

- a. Analisis data lapangan.
- b. Lebih pada kedalaman (*depth*) daripada keluasan (*breadth*).
- c. Melaporkan hasil termasuk deskripsi detail, kutipan-kutipan (*quotes*) dan komentar-komentar.

Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan serta menjelaskan fenomena yang akan diteliti. Fenomena ini mencakup interaksi atau perilaku, serta percakapan yang terjadi antara subjek yang ingin diteliti.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi ini langsung dilakukan di Kantor Gubernur Riau, yang terletak di Jalan Jend. Sudirman No. 460 Pekanbaru.

3. Narasumber Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah Divisi Humas Pemerintah Provinsi Riau.

4. Teknik Pengumpulan Data

A. Observasi

Menurut Sugiyono (2008: 63) observasi adalah proses peneliti dalam melihat situasi penelitian.

Menurut Kriyantono (2006: 65) Observasi adalah metode di mana peneliti mengamati secara langsung objek yang diteliti. Ada dua jenis observasi ; *pertama, observasi partisipan*, yaitu peneliti ikut berpartisipasi sebagai anggota kelompok yang diteliti. *Kedua, observasi nonpartisipan*, yaitu observasi di mana peneliti tidak menempatkan atau memosisikan dirinya sebagai anggota kelompok yang diteliti.

Jadi bila disimpulkan observasi adalah suatu teknik yang dilakukan oleh manusia, yang dilaksanakan melalui pengamatan kita dengan alat indra yaitu mata ,pada subjek yang diobservasi.

Menurut Kriyantono (2006:110) ada beberapa tahapan dalam melakukan observasi. Tahap-tahap ini merupakan karakteristik dari observasi. Berikut tahapan observasi:

2. Melakukan pemilihan terhadap fenomena yang akan diteliti atau diriset. Fenomena yang dipilih ini sesuai dengan permasalahan yang diambil.
3. Pencatatan adalah upaya melakukan kegiatan seperti merekam setiap peristiwa yang diteliti.

Menurut Nazir dalam Kriyantono (2006: 106) sebuah kegiatan observasi itu baru bisa dikatakan sebagai kegiatan pengumpulan data penelitian harus memenuhi beberapa syarat, diantaranya:

- a. Observasi dapat dicek mengenai reabilitas dan validitasnya.
- b. Observasi harus berkaitan erat dengan tujuan riset yang telah ditetapkan oleh observer. Observasi telah direncanakan secara sistematis oleh observer.

B. Wawancara

Wawancara pada dasarnya meliputi dua teknik yang berbeda, yakni *teknik wawancara dengan kuesioner (questionnaire interview)* dan *teknik wawancara tatap muka (interview technique)*. Kedua teknik ini lazimnya digunakan untuk mengumpulkan data tentang persepsi, sikap, dan pengetahuan responden yang berkaitan dengan informasi dalam organisasi.

Menurut Sugiyono (2008: 63) Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data.

Jadi bila disimpulkan Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tatap muka melalui percakapan tanya jawab antara peneliti dan narasumber. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara dengan tatap muka (*interview technique*). Jika perlu melakukan wawancara mendalam, maka peneliti akan melakukan hal tersebut.

Menurut kriyantono (2006: 96) ada beberapa jenis wawancara yang biasa digunakan dalam kegiatan riset:

a. Wawancara Pendahuluan

Pada wawancara jenis ini tidak ada sistematis, karena wawancara dapat terjadi begitu saja. Pada dasarnya wawancara ini bertujuan untuk membangun sebuah kerpercayaan antara peneliti dengan narasumber atau informan atas informasi yang telah diberikan. Narasumber atau informan adalah seseorang atau anggota kelompok yang akan diteliti yang diharapkan untuk memberikan informasi yang dicari oleh peneliti.

b. Wawancara terstruktur

Wawancara jenis ini dikenal juga sebagai wawancara sistematis, karena pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber telah tersusun mulai dari pertanyaan yang ringan hingga ke pertanyaan yang lebih spesifik. Jawaban yang diberikan oleh narasumber atau informan lebih baku.

c. Wawancara Semistruktur

Wawancara jenis ini memiliki daftar pertanyaan yang tertulis dan telah dipersiapkan terlebih dahulu. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada narasumber secara bebas, tapi tetap terarah dan masih tetap berada pada jalur pokok atau inti dari permasalahan yang akan ditanyakan

d. Wawancara mendalam (*depth interviews*)

Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data dan informasi dengan cara tatap muka secara langsung dengan informan agar mendapat data yang lengkap dan lebih mendalam.

Wawancara jenis ini dilakukan secara terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi. Karena itu, responden juga disebut juga sebagai informan. Karena wawancara ini dilakukan lebih dari satu kali, maka disebut juga "*intensive-interviews*".

C. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan kajian dari buku dan jurnal yang berhubungan dengan tema penelitian yang digunakan sebagai bahan acuan dan tambahan dari teori-teori dasar yang berkaitan dengan objek penelitian.

H. Tahap Penelitian

1. Menentukan objek penelitian

Menentukan objek penelitian ini yaitu Divisi Humas Pemerintah Provinsi Riau. Peneliti akan mencari permasalahan yang terjadi dalam pelaksanaan *media relations* di Divisi Humas Pemerintahan Provinsi Riau. Serta mencari tahu faktor pendorong dan faktor penghambat dari pelaksanaan sosialisasi kebijakan dan program kerja melalui *media relations* tersebut.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung di lokasi, hal ini bertujuan untuk mendapatkan data secara langsung dalam catatan lapangan yang benar-benar akurat. Pengamatan dilakukan secara langsung sehingga peneliti mengetahui data secara langsung karena dilakukan ditempat objek penelitian.

3. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, dan juga dokumentasi. Caranya dengan mengelompokkan data menjadi beberapa kategori sehingga memudahkan data tersebut untuk dipahami dan dipelajari.

4. Analisis data dan pembahasan

Analisis data dan pembahasan merupakan proses mendefinisikan dan menerjemahkan data-data yang telah dihimpun baik data primer dan data sekunder. Kemudian dilakukan analisis secara deskriptif kualitatif. Dari hasil analisis tersebut yang nantinya akan dijadikan peneliti untuk menarik kesimpulan berdasarkan seluruh data-data yang diperoleh selama penelitian berlangsung.

5. Penarikan kesimpulan

Dalam penelitian ini penarikan kesimpulan dilakukan dengan menjawab rumusan masalah yang disampaikan diawal penelitian ini, yakni memaparkan hasil analisis peneliti terkait penyelenggaraan sosialisasi kebijakan dan program kerja melalui *media relations* oleh Divisi Humas Pemerintah Provinsi Riau mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi serta memaparkan faktor-faktor pendukung dan penghambat proses penyelenggaraan sosialisasi kebijakan dan program kerja Humas Pemerintah Provinsi Riau melalui *media relations*.

6. Keabsahan data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data, melalui wawancara, observasi langsung dan tidak langsung. Semua data hasil pengamatan akan saling dikaitkan sehingga dapat ditemukan benang merah yang menghubungkan semuanya. Melalui teknik pengumpulan data yang sekaligus menguji keabsahannya ini, peneliti akan mampu melengkapi data primer dan sekunder yang sesuai dengan data yang diperoleh saat penelitian.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

(sumber: humas.riau.go.id)

Dalam bab ini, peneliti akan membahas tentang gambaran umum *Biro Humas, Protokol, dan Kerjasama Provinsi Riau*. Dimulai dengan visi dan misi Biro Humas, dan profil dari kepala Biro bagian Humas Provinsi Riau. Penjabaran tentang gambaran umum objek penelitian sebagai berikut.

A. Visi dan Misi Biro Humas Setda Provinsi Riau.

(sumber : humas.riau.go.id diakses pada 14 Juni 2017)

1. Visi

Terwujudnya koordinasi dan pelayanan bidang kehumasan yang profesional, efektif, efisien, dan akuntabel.

Pernyataan visi tersebut mengandung makna:

- a. Visi adalah cara pandang jauh kedepan dan merupakan gambaran dimasa yang akan datang yang dicita-citakan oleh Biro Humas.
- b. Bidang koordinasi bidang Kehumasan adalah pola interaksi yang dilakukan semua komponen di lingkungan Pemerintahan Provinsi Riau maupun kabupaten/Kota se Provinsi Riau dan masyarakat yang berkaitan dengan bidang Kehumasan.
- c. Pelayanan bidang kehumasan adalah pelayanan yang diberikan dalam penyelenggaraan pemerintahan dibidang kehumasan dengan konsep pelayanan prima sebagai upaya untuk mewujudkan *good and clean government*.
- d. Profesional adalah memprioritaskan pengetahuan, keahlian, dan mental yang berlandaskan kode etik dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- e. Efektif adalah tercapainya tujuan organisasi yang sesuai dengan rencana dan tepat sasaran.
- f. Efisien adalah tercapainya tujuan organisasi dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara minimal dan mendapat hasil yang maksimal.

g. Akuntabel adalah pelaksanaan penyelenggaraan pemerintahan di bidang kehumasan yang dapat dipertanggungjawabkan kinerjanya.

2. Misi

Misi Biro Humas Setda Provinsi Riau adalah Mengkoordinasikan dan memberikan pelayanan informasi secara profesional, efektif, efisien, dan akuntabel. Mempersiapkan sumber daya kehumasan Provinsi Riau secara optimal. Meningkatkan sumber daya manusia kehumasan secara optimal dengan memperhatikan ketepatan, manfaat dan efisien bagi kepentingan pemerintah dan masyarakat.

B. Gambaran Divisi Bagian Humas Provinsi Riau.

Biro Humas, Protokol, dan Kerjasama memiliki tiga kepala bagian, yaitu; Kabag Humas, Kabag Protokol, dan Kabag Kerja sama. Kepala Bagian Humas memiliki tugas pokok, dan fungsi mencakup hubungan dengan media massa, dan juga dengan media luar ruang seperti baliho, spanduk, dan juga mempersiapkan naskah pidato untuk Gubernur Riau.



Gambar 2.1 Gedung Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau

Sumber : Dokumentasi Penulis

Gambar 2.1 merupakan kantor dari Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau. Gedung ini terletak di Jalan Jend. Sudirman No. 460 Pekanbaru. Gedung ini memiliki dua lantai, dimana lantai pertama itu merupakan kantor dari Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau, dan lantai dua adalah kantor dari Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau.

Divisi dalam Biro Humas Provinsi Riau menjalankan tugas dan bagian mereka masing-masing. Peranan yang paling utama yaitu menjalin hubungan baik dengan wartawan dan pekerja media lainnya untuk dapat membangun citra atau *image* terhadap institusi pemerintah dengan melakukan beberapa kegiatan yang berhubungan dengan pers, yaitu:

1. Merencanakan dan menyelenggarakan *Press Conference*

Press conference sebagai suatu kegiatan mengundang wartawan untuk berdialog dan berbincang dengan materi yang telah disiapkan secara matang oleh humas atau PR. Dengan mengundang wartawan agar hasil *press conference* tersebut dapat dimuat dalam media massa dengan tujuan dapat meningkatkan citra pemerintah yang menyebarkan informasi positif kepada publik, dan membina hubungan baik secara langsung dengan pers.

2. Menghubungi *Media Partner*

Memberi informasi kepada media-media yang diundang pada event atau acara yang akan dilaksanakan. *Media partner* yang dihubungi yaitu media cetak maupun elektronik.

3. Merencanakan, membuat dan menerbitkan *press release*

Press release merupakan informasi yang dimuat oleh humas atau PR ke media. PR menerbitkan *press release* harus dipersiapkan dengan baik sehingga tidak terlalu kesulitan untuk menyesuaikan dengan media yang bersangkutan. Pada dasarnya tiap lembaga maupun perusahaan yang memiliki divisi humas atau PR pastinya membuat *press release* pada saat akan melakukan kegiatan, seperti kegiatan sosial yang diadakan oleh Pemerintah Provinsi Riau.

C. Fasilitas Biro Humas

Pada setiap institusi pemerintahan memiliki sumber daya manusia yang merupakan faktor utama dalam membantu jalannya kegiatan yang dilakukan agar tercapainya tujuan dari institusi tersebut. Untuk membantu segala pekerjaannya sudah pasti institusi pemerintah memberikan beberapa fasilitas kepada karyawan, diantaranya:

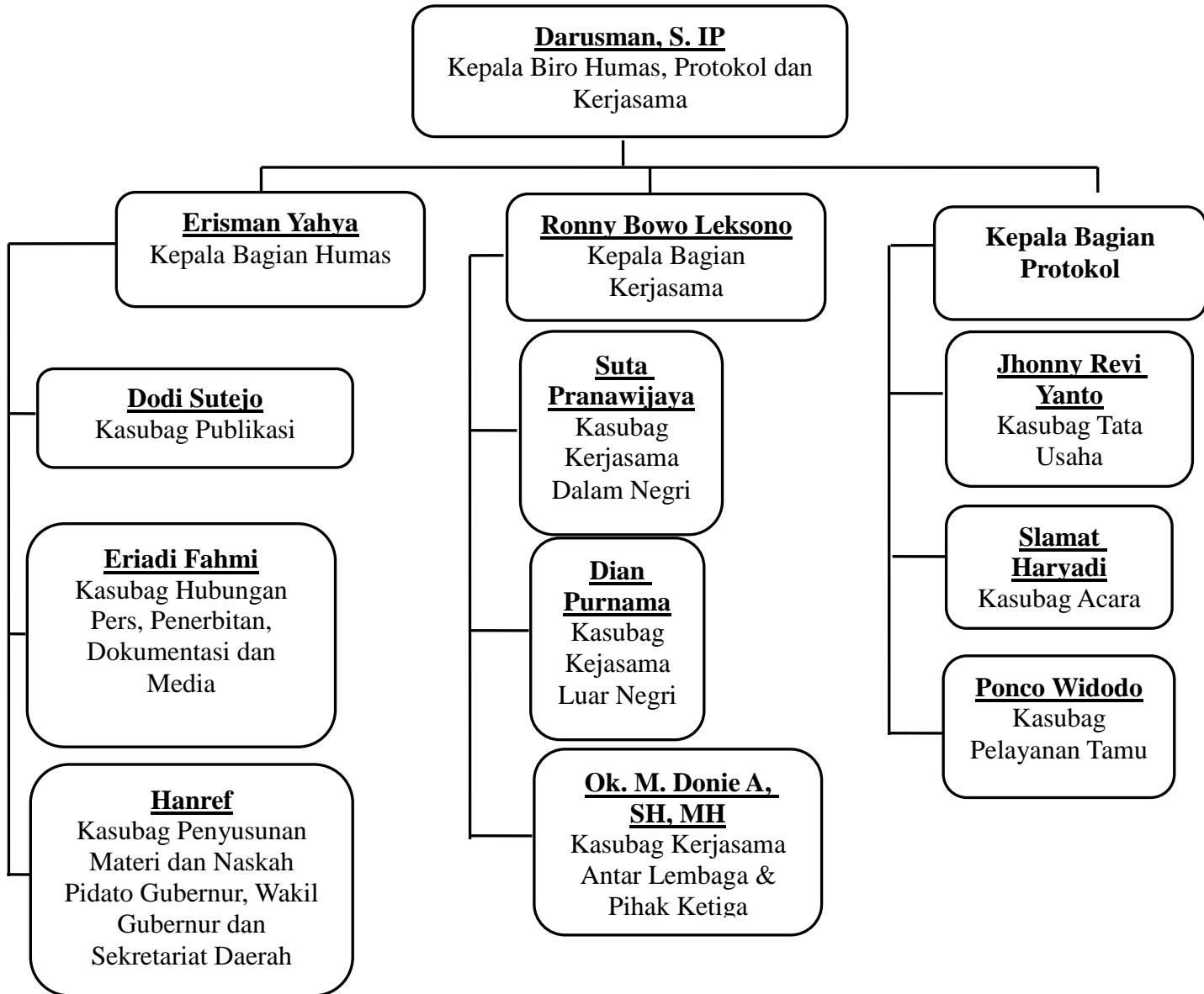
1. Komputer dan internet.
2. Kendaraan dinas, bagi pemegang jabatan tertentu.
3. Perjalanan dinas, hal ini dilakukan ketika ada peliputan acara bagi humas seperti acara MTQ tingkat Provinsi yang rutin diadakan oleh Kementrian Agama Provinsi Riau, maka praktisi humas Divisi Hubungan Pers, Penerbitan, Dokumentasi, dan Media akan melakukan perjalanan ke lokasi untuk melakukan peliputan acara.

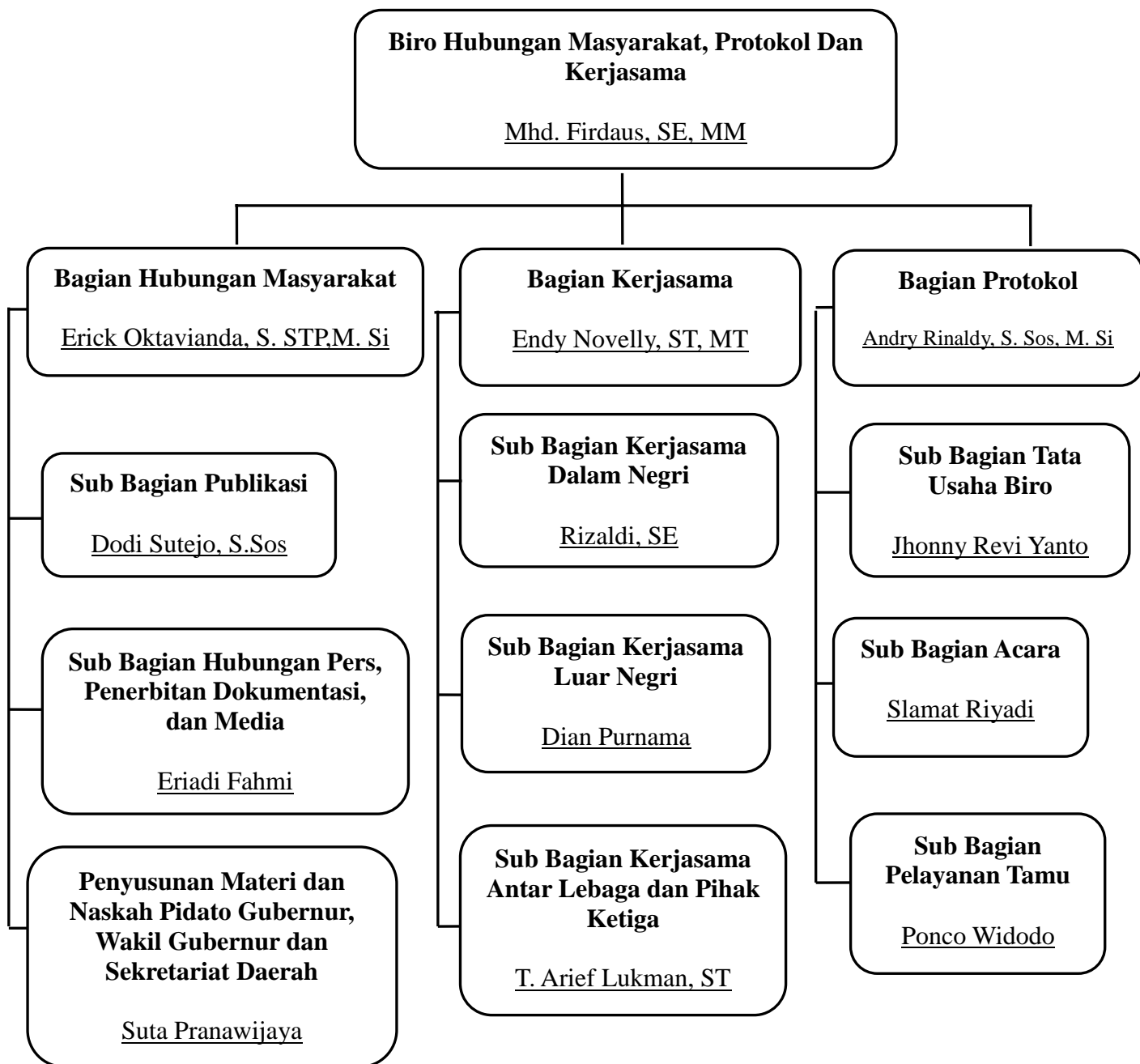
D. Sturuktur Organiasasi Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau.

Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau berada dibawah kontrol dan kebijakan Sekretariat Daerah Provinsi Riau. Di tahun 2017, Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau telah melakukan dua kali pergantian Kepala Biro dan Kepala Bagian Humas. Berikut adalah struktur organiasasi Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau periode Januari s/d Agustus 2017 :

Tabel 2.1 Struktur Organisasi Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi
Riau Periode Januari s/d Agustus 2017.

(Sumber : Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau)





Tabel 2.2 Struktur Organisasi Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau
Periode Agustus 2017 s/d Sekarang.

E. Profil Narasumber

1. Erisman Yahya

Posisi pekerjaan beliau sebagai Kabag Humas di Biro Humas Provinsi Riau periode Januari s/d Agustus 2017. Beliau merupakan sosok pemimpin yang tegas namun ramah dan tidak membatasi pertemanannya dengan bawahannya di kantor, beliau juga tetap memposisikan diri sejajar dengan yang lainnya jika bukan urusan kantor.

Pria yang biasa dipanggil dengan sebutan “Bang Erisman” ini juga seorang taat beragama, beliau merupakan sosok pemimpin yang tidak terkesan otoriter dalam mengambil keputusan ketika rapat.

2. Eriadi Fahmi

Posisi pekerjaan sebagai Kepala Sub. Bagian Hubungan Pers, Penerbitan Dokumentasi dan Media. Beliau sosok yang ramah dan bersikap apa adanya. Pria yang biasa dipanggil “Bang Fahmi” ini memiliki gaya *elegant* yang membuat beliau terlihat disegani bagi teman-teman di kantor. Namun ketika waktu istirahat beliau juga senang bercerita bersama teman-teman kantor lainnya.

3. Jefri Nardi Rizky

Posisi sebagai staff Sub Bagian Editor. Beliau bertugas sebagai editor dan juga menangani naskah pidato Gubernur Riau. Peneliti mendapat banyak tambahan pengetahuan tentang Biro Humas Provinsi Riau. Beliau merupakan staff yang bersahaja bersikap santai dan suka bercanda ketika lagi istirahat. Namun ketika saat bekerja beliau juga termasuk orang yang serius dalam menjalankan tugasnya.

4. Erick Oktavianda

Posisi sebagai Kabag Humas di Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau Periode Agustus 2017 s/d Sekarang. Tugas beliau menggantikan posisi Kabag Humas yang lama, karena Kabag Humas yang lama dipindah tugaskan ke Dinas Informatika Provinsi Riau.

Bapak Erick mulai menjabat sebagai Kabag Humas Provinsi Riau pada tanggal 7 Agustus 2017. Beliau merupakan sosok pemimpin yang *simple* dan mudah untuk mengakrabkan diri. Beliau tergolong masih baru dalam bidang kehumasan, tetapi beliau terus berusaha dan bekerja maksimal dalam Biro Humas Provinsi Riau ini.

5. Andre Zaki

Andre Zaki merupakan seorang wartawan dari Pekanbaru Pos. Penulis banyak mendapat ilmu tentang wartawan dengan pria yang lebih akrab dipanggil “Bang Andre” ini setelah selesai melakukan wawancara. Beliau berbicara dan juga sharing seputar jurnalistik. Perawakan beliau terlihat santai layaknya seorang wartawan, dan beliau juga tidak segan untuk berbagi ilmu. Pria yang lebih akrab dipanggil “Bang Andre”

Beliau juga terlihat akrab dengan staff Biro Humas lainnya, dengan minum kopi dan bersantai di kantin kantor setelah melakukan peliputan acara kegiatan pemerintah Provinsi. Beliau juga tetap bersikap profesional sebagai wartawan ketika melakukan peliputan.

6. Nuriamin.

Nuriamin merupakan seorang wartawan dari Cakaplah.com. Cakaplah.com merupakan salah satu media online yang berkerjasama dengan Biro Humas Provinsi Riau. Nuriamin salah seorang wartawannya. Beliau adalah sosok wartawan yang santai dan bersikap profesional dalam bekerja.

Hampir sama dengan Bang Andre, Bang Amin juga akrab dengan staff Biro Humas, namun Bang Amin ini lebih cenderung pendiam. Namun beliau selalu bersikap profesional saat bekerja.

F. Gambaran Umum Aktivitas Biro Humas

Aktivitas humas Pemprov Riau selain melakukan peliputan tentang agenda atau acara seperti MTQ yang biasa diadakan oleh pemerintah, yang kemudian tugas humas adalah membuat *press realese*. Aktifitas umum dari biro humas juga sering membuat naskah pidato untuk Gubernur Riau jika ada acara yang akan dihadiri oleh Gubernur.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian dan temuan yang telah dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Selama melakukan penelitian di Kantor Biro Humas, Protokol, dan Kerjasama Provinsi Riau, peneliti memperoleh data yang selanjutnya akan disajikan dan kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan maksud agar analisa terhadap seluruh data yang diperoleh dapat disederhanakan serta lebih mudah untuk dipahami sehingga dapat menggambarkan realita dilapangan secara jelas dan tepat.

Pada awal penelitian, peneliti menentukan narasumber yang akan diwawancarai guna memperoleh data yang diinginkan. Adapun daftar nama narasumber tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

No	Nama Narasumber	Jabatan Narasumber
1	Erisman Yahya	Kabag Biro Humas (Periode Januari s/d Agustus 2017)
2	Eriadi Fahmi	Kepala Sub. Bagian Hub. Pers
3	Jefri Nardi Rizky	Staff Sub. Bagian Editor
4	Erick Oktavianda	Kabag Biro Humas (Periode Agustus 2017 s/d Sekarang)
5	Andre Zaki	Wartawan Pekanbaru Pos
6	Nuriamin	Wartawan Cakaplah.com

3. 1 (Tabel Daftar Nama Narasumber)

A. Hasil Temuan di Biro Humas, Protokol, dan Kerjasama Provinsi Riau

1. Kegiatan Media Relations di Biro Humas Provinsi Riau

Membina hubungan dengan media massa merupakan hal yang penting, karena fungsi dari media massa itu adalah sebagai alat penyebar informasi atau berita kepada masyarakat tentang kerja pemerintah dan juga sebagai alat untuk membentuk opini masyarakat. Hubungan dengan media massa ini perlu diatur agar terciptanya suasana yang saling menguntungkan.

Pada dasarnya kegiatan *media relations* sangat penting untuk dilakukan bagi praktisi PR terutama praktisi PR di pemerintahan memiliki tujuan dalam kegiatan *media relations* ini dapat mempublikasikan program-program kerja yang telah dibuat agar diketahui oleh masyarakat secara terbuka.

Hal inilah yang juga dikemukakan oleh *kepala sub bagian hubungan pers, penerbitan dokumentasi dan media*, Bapak Eriadi Fahmi, dan berikut penuturan beliau ;

“Jadi gini, di humas itu udah menjadi tupoksi atau tugas pokok dan fungsi di humas pemerintah provinsi Riau itu adalah menjalin komunikasi, hubungan baik dengan media kemudian wartawan untuk mempublikasikan tugas-tugas ataupun kegiatan-kegiatan dari pemerintah provinsi Riau, itu tujuan pertamanya. Yang kedua, bagaimana kita bisa mempublikasikan program-program kerja dari pemerintah provinsi Riau ini sampai ke masyarakat, di ketahui masyarakat, dan dimengerti masyarakat. Itu adalah tugas utama dari humas.”

(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 10 Juli 2017)

Selain menjadi tugas pokok dari Humas, menjalin hubungan dengan media ini juga membantu kerja pemerintah dalam sosialisasi program kerja mereka agar masyarakat khususnya masyarakat Riau dapat mengetahui program yang telah dibuat pemerintah.

Hal ini dikatakan oleh *kepala biro humas Provinsi Riau* Bapak Erisman Yahya melalui wawancara bersama penulis, dan berikut hasil wawancara bersama beliau ;

“Bagaimana mungkin masyarakat bisa tau apa yang sedang, telah, dan akan dilakukan oleh pemerintah, kalau kita tidak menggunakan media-media itu tadi. Jika kalau tidak begitu maka masyarakat tidak akan tau kalau pemerintah telah bekerja dan akan terjadi miss-persepsi diantara masyarakat dan masyarakat pun pasti

akan berpikir kalau pemerintah itu tidak bekerja. Nah itu salah satu yang melatarbelakangi kami menjalin bekerja sama dengan media-media itu.”

(Hasil wawancara dengan Erisman Yahya, 10 Juli 2017)

Pada saat sekarang ini masyarakat sangat bergantung akan media, karena media dinilai sangat mudah untuk memberikan kelengkapan informasi dan peristiwa yang terjadi. Menyadari pentingnya peran media, Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau secara sadar dan bersungguh-sungguh menjalin hubungan dengan media massa.

Hubungan yang dijalin oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah hubungan profesionalisme kerja dengan saling menghargai, menumbuhkan rasa nyaman dan percaya sehingga seperti teman dekat.

Selain menjalin hubungan dengan media, Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau juga membantu dalam pembuatan naskah pidato untuk Gubernur Riau, dan juga membantu untuk mengatur agenda atau acara kunjungan yang akan dihadiri oleh Gubernur Riau.

2. Jenis-Jenis Kegiatan Media Relations Biro Humas Provinsi Riau.

Jenis-jenis kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau antara lain;

a. Press Release

Biro Humas Provinsi Riau membuat *press release* dengan tujuan untuk memberikan informasi tentang kegiatan-kegiatan Gubernur Riau, rancangan program kerja, kebijakan pemerintah provinsi dan lain-lain.

Biasanya release yang dibuat beragam mengenai banyak hal, contohnya itu seperti yang sudah disebutkan penulis sebelumnya. Setelah *release* dibuat oleh Biro Humas, kemudian *release* tersebut dikirim kepada media massa. Hal ini dibenarkan oleh Bapak Erick Oktavianda selaku Kabag Humas yang baru, berikut penggalan penuturan beliau;

“Kita menulis release sendiri terkait dengan acara-acara penting Pak Gubernur, dan kemudian release itu kita berikan ke wartawan yang kemudian dipublikasikan oleh mereka.”

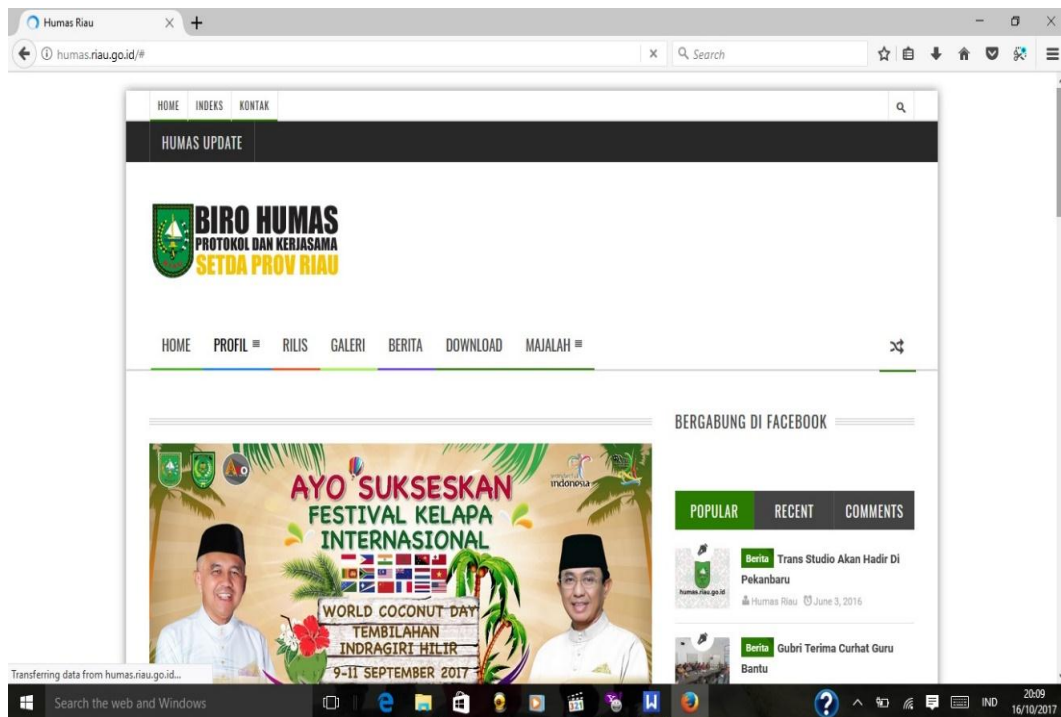
(Hasil wawancara dengan Erick Oktavianda, 13 September 2017)

Biro Humas Provinsi Riau juga memiliki situs website resmi bernama *humas.riau.go.id*. Website ini berisi tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan pemerintah provinsi Riau, dan juga berisi tentang informasi seputar profil, visi-misi, release berita, dan galeri Biro Humas Provinsi Riau.

Hal ini disampaikan oleh Bapak Eriadi Fahmi dalam wawancara bersama penulis sebelumnya. Berikut hasil wawancara beliau;

kita juga ada website yaitu humas.riau.go.id. Nanti bisa dicek disitu. Kadang-kadang kawan-kawan wartawan yang sering disini yang ikut meliput kegiatan Pak Gubernur.

(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 13 September 2017)



Gambar 3.1 website resmi Biro Humas Provinsi Riau

Sumber : humas.riau.go.id

(diakses pada 17 September 2017)

b. Press Conference

Biro Humas Provinsi Riau melakukan *press conference* itu tergantung pada permintaan dari Gubernur Riau, sebagaimana disampaikan oleh Bapak Erick Oktavianda selaku *Kabag Humas periode Agustus 2017 - sekarang*, berikut hasil wawancara penulis dengan beliau ;

“Ya pas beliau ingin press conference kepada wartawan, ya kita adakan.”

(Hasil wawancara dengan Erick Oktavianda 13 September 2017)

Hal ini juga dibenarkan oleh Andre Zaki selaku *wartawan Pekanbaru Pos*, berikut penuturan beliau ;

“Biasanya kayak konfrensi pers itu ada”

(Hasil wawancara dengan Andre Zaki, 13 September 2017)



Gambar 3.2 Kegiatan *Press Conference* Gubernur Riau

Sumber: Dokumentasi Penulis

Dalam melakukan peliputan atau melakukan *press Conference* ada beberapa kendala yang dihadapi seperti pemberitahuan yang mendadak yang kemudian dalam waktu yang bersamaan pihak wartawan juga melakukan peliputan ditempat yang berbeda.

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Eriadi Fahmi dalam wawancara bersama penulis pada waktu yang lalu, berikut hasil wawancara beliau ;

“Yang menjadi kendala, mungkin ya kalau misalnya dihari yang sama dengan peliputan kita, sedangkan wartawan itu ditugaskan ketempat lain oleh kantornya. Mungkin itu aja permasalahannya.
(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 13 September 2017)

c. *Press Tour*

Press tour merupakan sebuah kegiatan dalam media relations, dalam kegiatan ini pers diajak dalam sebuah perjalanan dalam rangka *refreshing* dan menjalin hubungan baik dan juga dapat menambah pengetahuan ilmu jurnalistik. Hal ini juga diungkapkan oleh Bapak Eriadi Fahmi sebagai *Kasubag hubungan pers dan media*. Berikut penuturan beliau ;

*“Kita juga ada *press tour* yang membawa kawan-kawan yang disini untuk memperdalam pengetahuan, memperdalam ilmu jurnalistiknya, tapi kita hanya sebatas memfasilitasi saja karena keterbatasan anggaran juga.”*
(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 13 September 2017)

Biro Humas Provinsi Riau juga melakukan kegiatan studi banding ke Provinsi Jawa Barat sebagai destinasi studi banding. Tujuan studi banding ini dilakukan guna melihat pola-pola dan format kerjasama Humas Provinsi Jawa Barat dengan media setempat. Hal ini dikatakan oleh Bapak Eriadi Fahmi, berikut hasil wawancara dengan beliau ;

“Pada tahun itu lokasinya kalau tidak salah di Bandung, Jawa Barat. Karena kita melihat di Bandung itu hubungan humas dengan media itu terjalin baik. Makanya kita ingin belajar seperti apa pola-pola yang telah dilakukan pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Biro Humasnya melakukan format kerjasama dengan media-media setempat.”
(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 13 September 2017).

d. Media Gathering

Media gathering atau *press gathering* dilakukan dalam upaya menumbuhkan rasa kekeluargaan dan membuat suasana yang lebih santai dan akrab antara wartawan dan praktisi PR Biro Humas Provinsi Riau. Contoh *media gathering* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah kegiatan kopi morning, yaitu kegiatan minum kopi di pagi hari dan berbincang santai dengan wartawan.

Hal ini yang diungkapkan oleh Bapak Eriadi Fahmi dalam wawancara penulis dengan beliau, berikut hasil wawancara beliau ;

“Kita juga ada melakukan media gathering yang namanya kopi morning.”

(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 13 September 2017)

Selain berbincang santai dengan wartawan, kegiatan kopi morning juga digunakan Biro Humas Provinsi Riau untuk membahas isu-isu publik yang beredar dan terkadang juga pihak Biro Humas memberikan klarifikasi tapi dengan suasana yang lebih santai.

Hal tersebut dikatakan oleh *staff sub bagian editor* Bapak Jefri Nardi Rizky melalui wawancara bersama penulis, berikut penuturan beliau ;

“Kegiatan kopi morning itu, ya namanya juga udah kopi morning. Berarti ketika pada wartawan berkumpul ya kita ajak seperti diskusikan atau memberikan informasi tentang isu-isu publik yang beredar, itu sekalian kita juga memberikan klarifikasi dan memberikan informasi yang sesungguhnya, dengan cara pendekatan mengajak mereka berbicara sambil minum kopi.”

(Hasil wawancara dengan Jefri Nardi, 13 September 2017)

e. Press Receptions

Kegiatan *press receptions* yang diadakan oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau adalah acara halal bi halal, kegiatan ini dikatakan oleh Bapak Jefri Nardi Rizky bersama penulis melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 13 September 2017, berikut hasil wawancara bersama beliau ;

“Jadi pas acara halal bi halal itu, ketika teman-teman wartawan ada di pers room ya tinggal kita ajak aja. Untuk undangan secara formal ya tidak ada, kan kegiatannya juga didalam kantor.”

(Hasil wawancara dengan Jefri Nardi, 13 September 2017)

f. Press Relations

Kegiatan *press relations* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah memberikan informasi melalui grup media sosial *whatsapp*, didalam grup tersebut beranggotakan Kasubag Hubungan Pers dan Media dan wartawan dari berbagai media yang telah bekerjasama dengan Biro Humas Provinsi Riau.

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Nuriamin selaku wartawan *cakaplah.com*, beliau mengatakan ;

“Untuk koordinasi kan biasanya kayak peliputan itu di informasikan dari humas ke wartawan melalui pesan singkat whatsapp biasanya.”
(Hasil wawancara dengan Nuriamin, 13 September 2017)

Dengan adanya media sosial mempermudah kerja Biro Humas Provinsi Riau dalam mempublikasikan kepada wartawan tentang informasi agenda liputan yang akan dilakukan, hal ini juga dikatakan oleh *Kasubag bagian pers dan hubungan media* Bapak Eriadi Fahmi. Berikut penurannya :

“Informasi-informasi dan kegiatan-kegiatan dari Pemprov ini kan ada jadwal agendanya dan kemudian agenda itu kita sampaikan kepada kawan-kawan media melalui grup yang telah ada tadi. Kita kan udah punya grup media relation itu. Jadi era sekarang udah mulai canggih, jadi begitu dapat informasi kia langsung share ke mereka.”
(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 10 Juli 2017)

Kegiatan khusus yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau dalam menjalin relasi dengan *pers* atau wartawan juga disampaikan oleh Bapak Erisman Yahya dalam wawancara bersama penulis, berikut penuturannya :

“Ya paling ngopi santai. Kalau misalkan udah selesai meliput acara gitu ya kita ajak mereka ngopi diluar sambil cerita-cerita. Itu lah yang dilakukan untuk mempererat silaturahmi dengan teman-teman wartawan tu.”
(Hasil wawancara dengan Erisman Yahya, 13 September 2017)

Dalam menjalin hubungan dengan wartawan, pihak Biro Humas Provinsi Riau mengatakan jika hubungan wartawan dan pihak Biro Humas Provinsi Riau terjalin baik, hal ini diungkapkan oleh Bapak Eriadi Fahmi, berikut penuturannya :

“Alhamdulillah juga sejauh ini hubungan kerjasama kita dengan media-media lokal itu baik. Jadi udah kayak jadi kebutuhan, kawan-kawan butuh informasi dari kita, dan kita juga butuh kawan-kawan media untuk menyebarluaskan informasi yang telah kita berikan.”

(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 13 September 2017)

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Nuriamin wartawan *cakaplah.com*, bahwa pihak Biro Humas Provinsi Riau selalu terbuka dalam memberikan informasi kepada pihak wartawan. Berikut hasil wawancara dengan beliau ;

“Mereka terbuka dalam memberikan informasi kepada kita. Mereka juga kayak welcome dalam memberikan informasi tentang kegiatan dan keberadaan Pak Gubernur.”

(Hasil wawancara dengan Nuriamin, 13 September 2017)

g. Kunjungan Pers (Facility Visit)

Untuk itu, Biro Humas Provinsi Riau melakukan kunjungan ke kantor-kantor media untuk sosialisasi kepada wartawan bahwa adanya pergantian jabatan dalam Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau. Hal ini disampaikan oleh Bapak Erick Oktavianda selaku Kepala Bagian Humas Periode Agustus 2017 s/d Sekarang dalam wawancara bersama penulis. Berikut penuturan beliau :

“Oh itu pasti dek, setelah Sertijab itu kami melakukan kunjungan ke kantor-kantor media itu.”

(Hasil wawancara dengan Erick Oktavianda, 13 September 2017)

h. Evaluasi Media Relations

Kegiatan Evaluasi yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau ini merupakan kegiatan dalam menilai dan melihat efektifitas dalam menjalin hubungan dengan media, mulai dari pemberitaan hingga penilaian publik eksternal. Kegiatan evaluasi ini juga dilakukan untuk menilai persoalan-persoalan yang terjadi dilapangan, hal ini diungkapkan oleh Bapak Eriadi Fahmi. Berikut penuturan beliau ;

“yang dilaporkan dalam evaluasi itu biasanya masalah format dari kerjasama itu, misalkan yang kita evaluasi itu kenapa berita ini tidak naik, atau kenapa liputan-liputan yang kira-kira menarik tidak dipublikasikan. Artinya evaluasi itu adalah evaluasi bagaimana

informasi-informasi yang menarik dan perlu diketahui masyarakat itu betul-betul sampai. Jadi kalau informasi itu tidak disampaikan akan jadi bahan evaluasi bagi kita nantinya.”

(Hasil Wawancara dengan Eriadi Fahmi, 10 Juli 2017)

Evaluasi media relations yang diadakan oleh Biro humas Provinsi Riau juga memiliki jangka waktu tertentu yang dikatakan oleh Bapak Erisman Yahya selaku *Kabag Humas* periode Januari-Agustus 2017, berikut hasil wawancara beliau ;

“Kita ada triwulan namanya. Ada triwulan satu, triwulan dua, triwulan tiga. Seperti tadi abang udah memanggil Kasubag-Kasubag untuk melakukan evaluasi. Biasanya pertiga bulan gitu, dan tergantung situasional juga.”

(Hasil wawancara dengan Erisman Yahya, 10 Juli 2017)

Hal yang menjadi evaluasi di Biro Humas Provinsi Riau adalah seputar format kerjasama dengan media dan juga membahas tentang efektifitas publikasi suatu media yang masih banyak digunakan oleh masyarakat, khususnya masyarakat Riau. Evaluasi ini juga disampaikan oleh Bapak Erisman Yahya, berikut hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan beliau ;

“Biasanya yang kita bahas ya seputar kerjasama dengan media, misalkan kita kerjasama dengan media A, tetapi media A ini udah tidak efektif lagi, nah itu yang kita bahas. Dan kita juga meihat media B, yang ratingnya lagi bagus di masyarakat, maka tetap kita pertahankan”

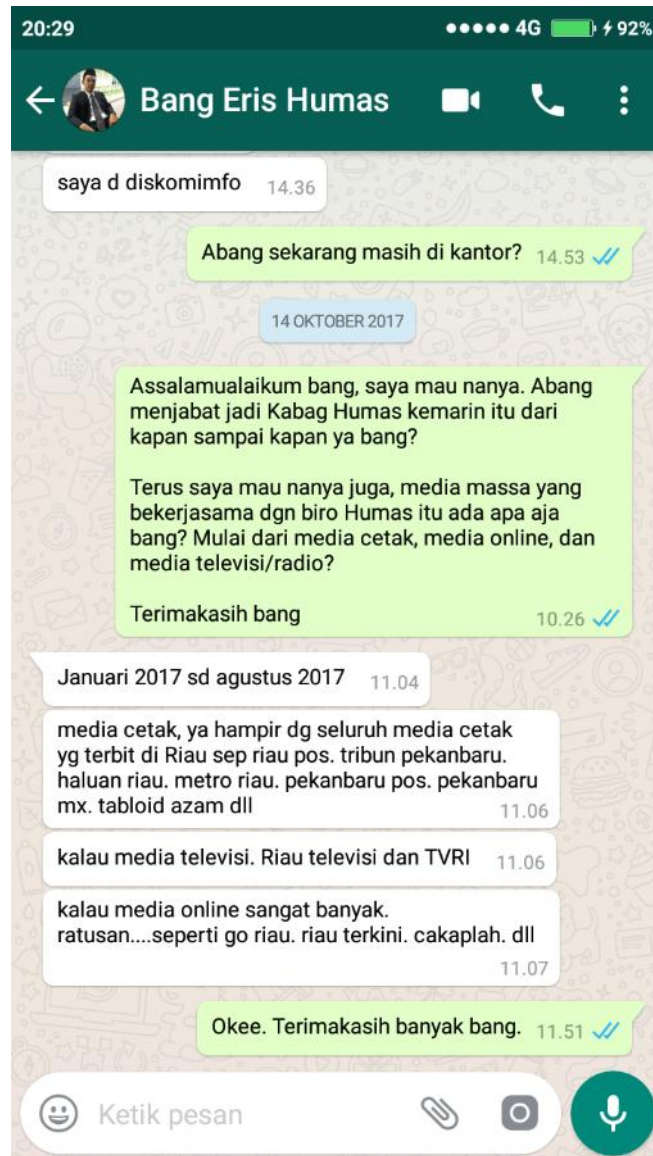
(Hasil wawancara dengan Erisman Yahya, 10 Juli 2017)

3. Media Massa

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	Cakplah.com
13.	Media Online	riaugreen.com

3. 2 (Tabel Daftar Rekanan Media Massa Biro Humas Provinsi Riau)



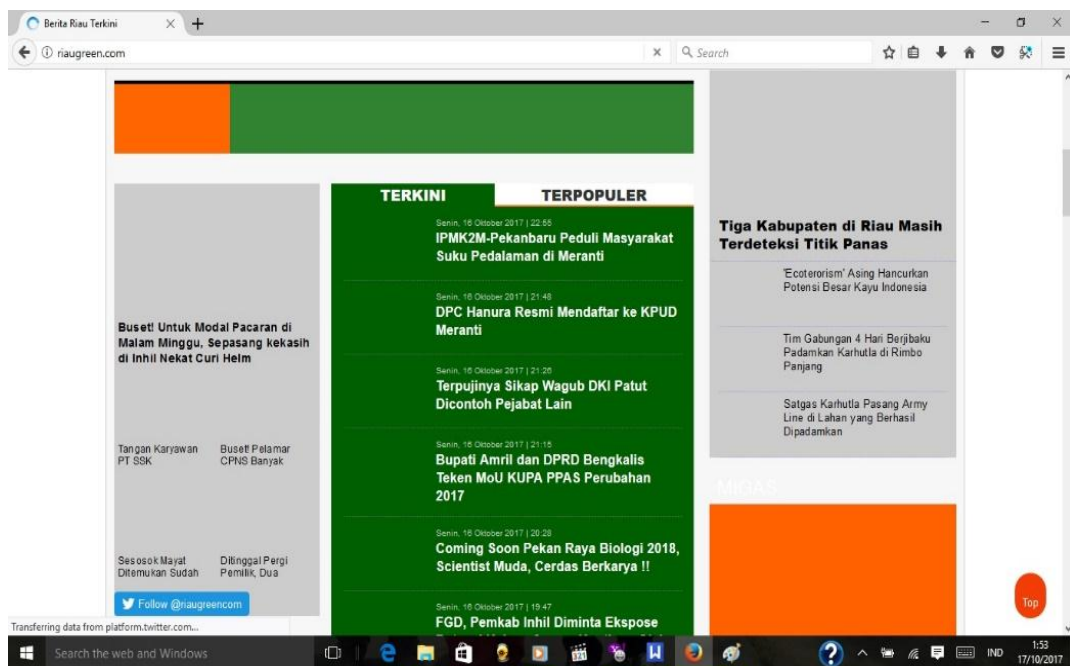
Gambar 3.3 Hasil Wawancara Bapak Erisman Yahya via *whatsapp*

Sumber : Dokumentasi Penulis



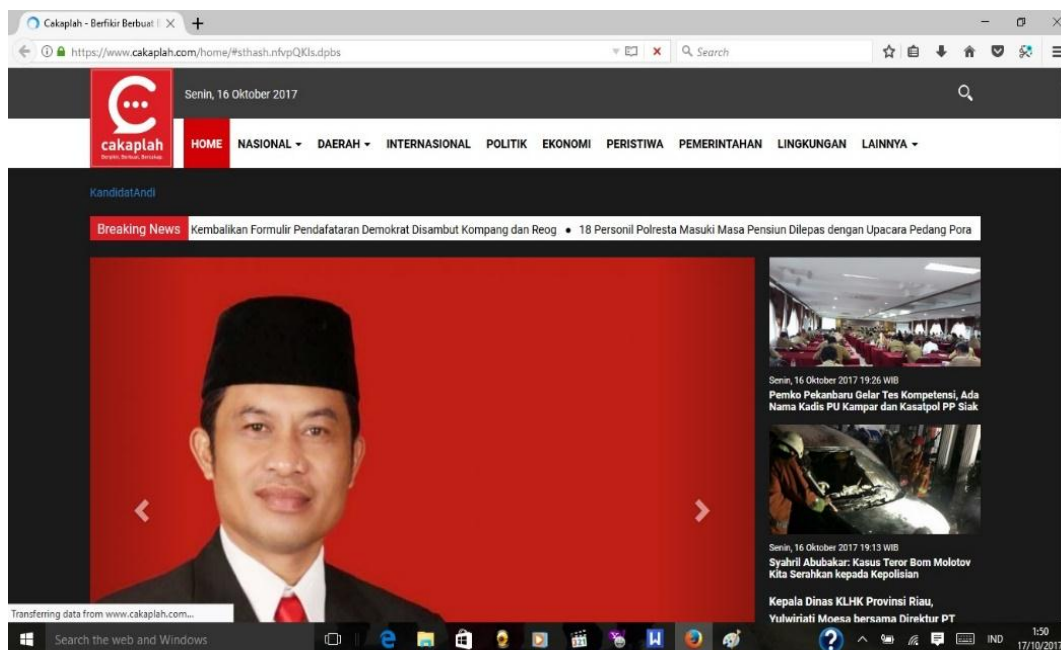
Gambar 3.4 Media Online Rekanan Biro Humas Provinsi Riau

Sumber : *Goriau.com* diakses pada 18 Oktober 2017



Gambar 3.5 Media Online Rekanan Biro Humas Provinsi Riau

Sumber : *Riaugreen.com* diakses pada 18 Oktober 2017



Gambar : 3.6 Media Online Rekanan Biro Humas Provinsi Riau

Sumber : *Cakaplah.com* diakses pada 18 Oktober 2017

4. Strategi Media Relations Biro Humas Provinsi Riau

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. Hal ini dibenarkan oleh Bapak Erick Oktavianda melalui wawancara bersama penulis, berikut penuturan beliau ;

“Ya kita mengadakan kunjungan ke kantor-kantor media tersebut. Kadang juga pimpinan media itu juga berkunjung kesini. Kita saling membantu juga dengan mereka, apa mereka minta berita ya kita kasih, atau kita minta publikasikan tentang sesuatu, ya mereka akan publikasikan.”

(Hasil wawancara dengan Erick Oktavianda, 13 September 2017)

Selain menjalin komunikasi yang baik, Biro Humas Provinsi Riau juga melakukan pendekatan yang baik dan tetap menjaga keabsahan dalam memberikan data kepada wartawan, hal ini disampaikan oleh Bapak Eriadi Fahmi. Berikut penuturan beliau ;

“Strateginya itu kita terus menjalin komunikasi dan pendekatan yang baik antara humas dan kawan-kawan media. Kemudian menyiapkan informasi data dan jangan sampai data-data yang kita berikan kepada mereka itu salah.”

(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 10 Juli 2017)

Menurut penuturan Bapak Jefri Nardi Rizky, strategi media relations yang dilakukan oleh Biro Humas ini dengan melakukan Forum Group Discussions, berikut penuturan beliau :

“Sejauh ini, strategi yang dilakukan selain membangun komunikasi yang baik dengan wartawan, dan kita juga membuat forum grup discussions dengan pihak media.”

(Hasil wawancara dengan Jefri Nardi, 13 September 2017)

5. 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.

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Eriadi Fahmi melalui wawancara dengan penulis pada tanggal 10 Juli 2017, berikut hasil wawancara beliau ;

“Dengan adanya media relations ini kita sangat tertolong lah istilahnya ya, karena melalui informasi-informasi yang baik maka secara otomatis citra pemerintah akan naik di mata masyarakat.”

(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, 10 Juli 2017)

Berikut adalah contoh kegiatan membangun citra yang dilakukan oleh pemerintah Provinsi Riau :



Gambar 3.7 Berita kegiatan membangun citra Pemerintah Provinsi Riau

Sumber : goriau.com diakses pada 18 Oktober 2017

Empat Puskesmas Diresmikan, Gubernur Riau dan Bupati Kampar Berharap Masyarakat Bisa Bertambah Sehat

Penulis: Ratna Sari Dewi



Gubri, H Arsyadjuliandi Rachman dan Bupati Kampar, H Azis Zaenal.

PEKANBARU - Puskesmas di seluruh wilayah Provinsi Riau diminta untuk mengoptimalkan pelayanan kesehatan yang mereka berikan kepada masyarakat.

Gambar 3.8 Berita kegiatan membangun citra Pemerintah Provinsi Riau

Sumber : *goriau.com* diakses pada 18 Oktober 2017

BAB IV

PEMBAHASAN

Dari hasil temuan data pada bab sebelumnya, peneliti mengidentifikasi mengenai kegiatan media relations Biro Humas Provinsi Riau serta menganalisis melalui analisis SWOT.

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.

Pemerintah Provinsi Riau telah melakukan fungsi media relation, dikarenakan pemerintah Provinsi Riau telah memanfaatkan fungsi dari hubungan dengan media sebagai tugas pokok untuk mempublikasikan semua kegiatan tugas dari pemerintahan agar diketahui oleh masyarakat.

Dengan adanya kerjasama dengan media, kinerja pemerintah dalam mempublikasikan program kerja serta kegiatan yang telah dilakukan agar masyarakat mengetahui apa yang telah dilakukan dan apa yang akan dilakukan oleh Pemerintah Riau selanjutnya.

Dengan kata lain, kegiatan media relations ini menumbuhkan kesadaran bahwa pentingnya kerjasama dengan media sangat penting bagi instansi pemerintahan dalam mempublikasikan suatu pesan atau informasi yang bertujuan untuk menciptakan pengetahuan dan pemahaman kepada khalayak atau masyarakat. (Jefkins dalam Nurudin, 2008:12)

Media relations adalah sarana yang dapat digunakan dalam menyampaikan opini kepada publik. Bagi praktisi PR terutama PR di pemerintahan, media relations merupakan upaya kerjasama dengan media dalam menyampaikan sebuah program kerja atau kebijakan yang kemudian disampaikan kepada publik atau masyarakat. Berikut adalah jenis-jenis kegiatan yang dilakukan oleh Biro Humas provinsi Riau :

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.

Pihak Biro Humas Provinsi Riau mengatur segala kegiatan yang dilakukan oleh Gubernur Riau, salah satu kegiatannya itu ketika Gubernur ingin melakukan konferensi pers maka Biro Humas Provinsi Riau yang membuat jadwal dalam kegiatan konferensi pers tersebut.

Untuk kegiatan konferensi pers ini dilakukan ketika terjadi permasalahan yang harus diklarifikasi oleh Badan Pemerintah Provinsi Riau, dan Biro Humas Provinsi Riau yang menjadi jembatan untuk penghubung dalam membuat jadwal konferensi pers tersebut.

Kegiatan konferensi pers ini juga dibenarkan oleh salah satu wartawan *Pekanbaru Pos* melalui wawancara dengan penulis. Alasan penulis mewawancarai wartawan ini dikarenakan ingin mencari tahu tentang kebenaran dari kegiatan konferensi pers yang dilakukan oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau.

“Biasanya ya kayak konferensi pers itu ada”

(Hasil wawancara dengan Andre Zaki, Wartawan PekanbaruPos 13 September 2017).

Kegiatan konferensi pers ini juga menjadi sebuah kesempatan yang dimiliki oleh praktisi PR untuk melakukan klarifikasi dari berita yang mereka sampaikan dalam bentuk laporan berita (Darmastuti, 2012:187).

Suatu kegiatan yang dilakukan oleh praktisi PR dengan wartawan dalam sebuah forum resmi, dimana seorang praktisi PR atau yang mewakili untuk menjadi narasumber dan mengundang wartawan untuk meliput dan memberitakan mengenai sesuatu.

Biasanya pihak Humas berinisiatif untuk melakukan pertemuan dengan wartawan untuk membicarakan suatu topik pembicaraan yang sedang hangat dibicarakan. Dikarenakan topik pembicaraan yang masih hangat tersebut seringkali acara yang diadakan mendadak.

Pemberitahuan yang mendadak kepada pihak wartawan terkait pembicaraan yang ingin dibahas dalam konferensi pers, tentunya menjadi kendala tersendiri dari pihak wartawan, karena pihak wartawan juga di tugaskan meliput liputan ditempat lain.

“Yang menjadi kendala ya kalau misalnya kita ada peliputan, sedangkan wartawan itu ditugaskan ditempat lain oleh kantornya.”
(Hasil wawancara dengan Eriadi Fahmi, Kasubag Hubungan Pers, Penerbitan Dokumentasi dan Media 13 September 2017).

Ketika ingin melakukan *press conference* pihak Biro Humas tentunya harus dapat memaksimalkan serta memperhatikan hal-hal yang terkait dengan apa yang ingin disampaikan ketika konferensi pers atau *press conference* termasuk juga memperhatikan waktu pemberitahuan kepada pihak wartawan agar tidak bentrok dengan waktu peliputan wartawan ditempat lain.

Mengingat kegiatan dari wartawan yang tidak hanya *stand by* di kantor Biro Humas, mereka juga memiliki tugas peliputan yang diberikan oleh masing-masing kantor dari wartawan tersebut. Pentingnya mengatur jadwal untuk melakukan konferensi pers ini juga harus diperhatikan agar tidak terjadinya *misscommunications* antara pihak Biro Humas Provinsi Riau dengan pihak wartawan.

Melalui kegiatan konferensi pers ini juga Pemerintah Provinsi Riau secara langsung dapat menjelaskan tentang kebijakan dalam program kerja yang akan dilakukan dalam waktu kedepan. Masyarakat juga dapat menilai keseriusan Pemerintah Provinsi Riau dalam melaksanakan program kerja yang telah direncanakan.

Analisa penulis mengenai kegiatan *press conference* ini telah sesuai dengan teori yang ada, yaitu mengundang wartawan untuk memberikan informasi yang sedang hangat untuk dibicarakan. Namun, yang menjadi kendala yang dihadapi oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah ketika memberi kabar secara mendadak dan waktu peliputan bentrok dengan tugas peliputan yang diberikan oleh kantor media.

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.

Biro Humas Provinsi Riau membuat *press release* yang berisi tentang agenda kegiatan Gubernur Riau, setelah membuat release terkait kegiatan yang dilakukan oleh Gubernur atau kegiatan Pemprov lainnya, kemudian Biro Humas Provinsi Riau langsung memasukkan release tersebut kedalam situs web resmi yang dikelola sendiri oleh Biro Humas Provinsi. Situs web tersebut bernama humas.riau.go.id.

Pihak Biro Humas Provinsi Riau menulis release sendiri terkait dengan acara atau kegiatan yang dilakukan oleh Gubernur Riau yang kemudian dipublikasikan langsung kedalam situs resmi milik Biro Humas Provinsi Riau.

Release yang telah dibuat oleh Biro Humas Provinsi Riau kemudian dipublikasikan melalui website resmi mereka yaitu humas.riau.go.id. Melalui website tersebut kita dapat melihat kegiatan yang telah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Riau.

Sebagian wartawan yang bekerjasama dengan Biro Humas Provinsi Riau mengambil pemberitaan langsung melalui situs resmi Biro Humas. Hal ini juga dapat mempermudah wartawan untuk menyebarkan pemberitaan tersebut agar sampai ke masyarakat Riau.

Di dalam menulis *press release* ada beberapa hal yang harus diperhatikan, karena bentuk dari *press release* sendiri berbeda dengan bentuk tulisan yang lain. Intinya adalah pihak instansi atau lembaga pemerintahan itu harus menginformasikan sebanyak mungkin nilai berita dengan keterbatasan tulisan (Nurudin 2008:80)

Tulisan-tulisan yang di muat pada situs resmi Biro Humas Provinsi Riau ini bermacam-macam. Mulai dari pemberitaan tentang kegiatan yang telah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Riau, hingga kabar terkini yang tengah terjadi dalam beberapa hari belakangan menyangkut peristiwa seputar Provinsi Riau.

Rentang waktu yang dibutuhkan Biro Humas Provinsi Riau dalam mempublikasikan ke dalam situs resmi ini adalah dua puluh empat jam sejak kabar berita tersebut diberi izin untuk dipublikasikan.

Sosialisasi tentang kebijakan dan program kerja yang diagendakan oleh Pemerintah Provinsi Riau juga dipublikasikan melalui situs resmi Biro Humas Provinsi Riau. Hal ini dilakukan karena Biro Humas Provinsi Riau bahwa masyarakat perlu mengetahui apa yang dilakukan dan apa yang telah dilakukan Pemerintah Provinsi Riau.

Analisa penulis mengenai kegiatan *press release* ini telah sesuai dengan teori yang ada. Dimana Biro Humas Provinsi Riau memberikan informasi atau berita melalui tulisan-tulisan yang kemudian berita atau informasi tersebut diberikan kepada wartawan. Biro Humas Provinsi Riau juga memiliki website sendiri untuk memberikan informasi atau berita. Melalui website tersebut Biro Humas Provinsi Riau melakukan publikasi seputar

kegiatan sosialisasi program kerja dan juga mempublikasi program kerja apa saja yang telah dilakukan oleh Pemprov Riau

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.

Kegiatan *press tour* yang diselenggarakan oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau ini hanya sebatas memberi fasilitas kepada wartawan dengan keterbatasan anggaran biaya yang dimiliki oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau. Kegiatan ini, pihak Biro Humas Provinsi Riau berkesempatan untuk mengunjungi Kota Bandung Provinsi Jawa Barat sebagai destinasi *press tour*.

Pihak Biro Humas Provinsi Riau berkunjung ke Provinsi Jawa Barat karena melihat bagusnya sistem birokrasi yang dijalin oleh pihak Provinsi Jawa Barat dengan pihak media setempat. Selain itu tujuan dilakukannya *press tour* ini adalah untuk memberikan pelatihan kepada jurnalis internal Biro Humas Provinsi Riau agar dapat menjadi contoh dalam melaksanakan tugas jurnalistik.

Selain itu tujuan *press tour* ini juga mempererat hubungan kekerabatan serta kepercayaan antara Biro Humas Provinsi Riau dengan wartawan, sehingga meminimalisir adanya kesenjangan serta kesalahpahaman diantara kedua belah pihak.

Analisa penulis mengenai kegiatan *press tour* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau ini telah sesuai dengan teori yang ada. Dimana Biro Humas Provinsi Riau mengajak wartawan melakukan kunjungan ke Bandung, Provinsi Jawa Barat.

Namun dalam kegiatan dalam *press tour* ini pihak Biro Humas Provinsi Riau hanya sebatas memberikan fasilitas karena keterbatasan anggaran. Kegiatan *press tour* ini juga tidak rutin dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau.

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.

Kegiatan *press receptions* ini pada dasarnya diadakan secara terencana dan terorganisasi, namun pihak Biro Humas Provinsi Riau mengadakan *press receptions* ini secara tidak resmi dan hanya mengundang wartawan yang sedang berada di lingkungan kantor saja.

Acara ini bersifat santai, dikarenakan halal bi halal ini diadakan untuk mengakrabkan suasana kantor setelah beberapa hari libur panjang yang dijalani dalam menyambut hari besar Umat Islam. Untuk itu diadakan selingan agar suasana kantor menjadi lebih rileks dengan adanya menu makanan yang dihidangkan di dalam kantor.

Dalam kegiatan *press receptions* ini Biro Humas Provinsi Riau tidak mengundang wartawan secara resmi, karena acara halal bi halal yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau hanya dilakukan di dalam lingkungan kantor saja. Namun tidak menutup kemungkinan ketika ada wartawan yang berada di ruang pers yang kemudian ikut bergabung dalam acara halal bi halal tersebut.

Analisa penulis mengenai kegiatan *press receptions* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau telah sesuai dengan teori. Biro Humas Provinsi Riau mengadakan acara halal bi halal setelah hari raya Idul Adha, namun kegiatan halal bi halal yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau ini hanya sekedar acara internal yang tidak mengundang wartawan secara langsung. Biro Humas Provinsi Riau hanya mengajak wartawan yang sedang berada dilingkungan kantor Biro Humas Provinsi Riau.

Seharusnya dalam kegiatan *press receptions* ini dilakukan secara terencana dengan mengundang wartawan yang bekerjasama dengan Biro Humas Provinsi Riau untuk menghadiri acara tersebut, tetapi Biro Humas Provinsi Riau hanya mengadakan acara halal bi halal untuk kalangan internal saja.

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. Kegiatan *media gathering* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah Kopi Morning.

Kopi morning ini merupakan salah satu cara Biro Humas Provinsi Riau mendekati diri dengan wartawan agar terciptanya suasana yang santai bercerita sambil minum kopi di pagi hari. Kegiatan ini tidak hanya sekedar bercerita santai, tapi terkadang pembicaraan mereka juga membahas tentang isu-isu yang beredar di publik.

Selain membahas isu-isu yang beredar di publik, kegiatan kopi morning ini juga membuat praktisi Biro Humas Provinsi Riau mendapat kesempatan dalam membuat klarifikasi kepada wartawan ketika ada pemberitaan yang salah namun masih dalam suasana yang santai. Kegiatan *media gathering* ini hampir setiap saat dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau. Wartawan dan

staff dari Biro Humas Provinsi Riau sering melakukan obrolan santai di kantin kantor maupun di luar kantor setelah peliputan.

Kegiatan Kopi Morning ini biasanya dilakukan sebelum wartawan dan Biro Humas melakukan peliputan. Kegiatan ini juga dimanfaatkan untuk mengisi waktu dengan berbincang santai dikantin yang berada disamping kantor Biro Humas Provinsi Riau.

Namun untuk kegiatan *media gathering* ini jarang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau. Hal ini dikatakan langsung oleh salah satu wartawan yang menjalin kerjasama dengan Biro Humas Provinsi Riau.

“Untuk kegiatan *media gathering* itu jarang”

(Hasil wawancara dengan Andre Zaki, Wartawan Pekanbaru Pos 13 September 2017)

Analisa penulis mengenai kegiatan *media gathering* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau telah sesuai dengan teori yang ada. Dimana Biro Humas Provinsi Riau mengadakan kegiatan Kopi Morning dengan suasana santai. Kegiatan ini dilakukan guna mendekatkan hubungan antara pihak Biro Humas Provinsi Riau dengan pihak 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.

Koordinasi yang dilakukan antara pihak Biro Humas Provinsi Riau dengan wartawan menggunakan media sosial *whatsapp*. Melalui media sosial tersebut Biro Humas Provinsi Riau memberikan informasi serta jadwal peliputan seputar kegiatan yang dilakukan oleh Pemprov Riau.

“Untuk koordinasi biasanya kayak peliputan itu di informasikan dari humas ke wartawan melalui pesan singkat whatsapp biasanya”.
(Hasil wawancara dengan Nuriamin, Wartawan 13 September 2017)

Pihak Biro Humas seakan tertolong dengan adanya aplikasi *whatsapp* ini, karena pihak Biro Humas Provinsi Riau tidak perlu menghubungi wartawan secara personal. Sebelum menggunakan media sosial ini, biasanya pihak Biro Humas Provinsi Riau melakukan kontak personal kepada masing-masing wartawan untuk memberikan informasi tentang agenda kegiatan yang dilakukan oleh Pemprov Riau.

Fungsi grup di media sosial ini juga mempermudah pihak Biro Humas Provinsi Riau dalam memberikan klarifikasi ketika terjadi kelasahan dalam publikasi berita yang telah dibuat, sehingga pihak Biro Humas Provinsi Riau tidak perlu menghubungi wartawan secara personal dalam memberikan klarifikasi. Cukup dengan menginfokan kedalam grup media sosial tersebut.

Kegiatan *press relations* ini juga sangat berpengaruh bagi kelangsungan hubungan kerjasama antara pihak Biro Humas Provinsi Riau, sehingga pihak Biro Humas Provinsi Riau harus mengadakan kegiatan khusus agar hubungan dengan media dapat terjaga.

Namun Biro Humas Provinsi Riau ada membuat kegiatan khusus dengan media. Hal ini dikatakan oleh salah satu wartawan yang menjadi narasumber penulis.

“Saya rasa tidak ada program khusus. Karena humas ini hanya ruang untuk penyedia informasi bagi masyarakat, dan untuk kitanya memberikan informasi kegiatan aja.”

(Hasil wawancara dengan Nuriamin, Wartawan Cakaplah.com, 13 September 2017).

Selama ini hubungan yang dijalin oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau dengan wartawan berjalan baik. Karena antara pihak Biro Humas Provinsi Riau dengan wartawan telah terjalin hubungan *simbiosis mutualisme*, dimana wartawan membutuhkan informasi dan pihak Biro Humas Provinsi Riau juga membutuhkan wartawan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat melalui pemberitaan dari pada wartawan.

Keterbukaan dalam memberikan informasi kepada wartawan juga salah satu hal yang harus dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau. Keterbukaan informasi disini adalah pemberian informasi oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau kepada wartawan tanpa ada yang ditutup-tutupi.

Ketika terjadi kesalahan dalam penyampaian informasi, pihak wartawan juga memberikan kesempatan kepada pihak Biro Humas Provinsi Riau untuk memberikan klarifikasi seputar kesalahan tersebut. Jika pihak wartawan tidak memberikan kesempatan kepada Biro Humas Provinsi Riau dalam memberikan klarifikasi maka akan memunculkan konflik.

Bagi Biro Humas Provinsi Riau, berinteraksi dengan wartawan sudah hal yang biasa. Karena setiap hari wartawan dari berbagai media yang bekerjasama dengan Biro Humas selalu ada di ruang pers. Hubungan kekerabatan antar Biro Humas Provinsi Riau dengan wartawan sangat erat, hal ini dilihat dari seringnya mereka berbagi cerita dan saling bercanda.

Untuk berinteraksi dengan wartawan, Biro Humas Provinsi Riau memberikan fasilitas ruang tunggu yang ada di dalam kantor Biro Humas Provinsi Riau. Hal ini disampaikan oleh salah satu wartawan yang menjadi narasumber penulis.

“Kita cuma disediakan ruangan kayak di kantor gini, sama kalua ada peliputan juga kita diajak bareng.”

(Hasil wawancara dengan Nuriamin, Wartawan Cakaplah.com 13 September 2017).

Didalam ruangan khusus wartawan ini terdapat kursi dan juga meja *ping-pong*. Dengan adanya fasilitas tersebut, Biro Humas Provinsi Riau dapat menjaga hubungan keakraban dengan wartawan.



Gambar 4.1 Ruang khusus wartawan

Sumber: Dokumentasi Penulis

Analisa penulis mengenai kegiatan *press relations* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau telah sesuai dengan teori yang ada. Biro Humas Provinsi Riau menjalin hubungan yang baik dengan wartawan. Biro Humas Provinsi Riau juga melakukan *personal contact* dengan wartawan dengan tergabung kedalam grup media sosial *whatsapp*. Melalui grup *whatsapp* pihak Biro Humas Provinsi Riau memberikan informasi terkait dengan kegiatan peliputan tentang program kerja yang dilakukan oleh Pemprov Riau.

Selain itu juga Biro Humas Provinsi Riau memberikan fasilitas ruang khusus wartawan, dan juga Biro Humas Provinsi Riau ketika ada peliputan seputar kegiatan Pemprov Riau juga mengajak wartawan untuk berangkat bersama ke lokasi peliputan.

Namun Biro Humas Provinsi Riau tidak ada membuat kegiatan khusus dengan wartawan. Karena kegiatan khusus itu sangat penting diagendakan atau dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau untuk menjalani kegiatan media relations ini.

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.

Pada saat peneliti melakukan pengambilan data di kantor Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau tepatnya pada tanggal 13 September 2017, terjadi pergantian jabatan antara Kepala Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau dan juga Pergantian Kepala Bagian Humas. Dalam pergantian masa jabatan ini, secara otomatis pihak Biro Humas melakukan sosialisasi dan memberitahu kepada *media partner* Provinsi Riau.

Hal yang dilakukan oleh Pihak Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau mengunjungi kantor media-media lokal. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan setelah adanya sertijab atau serah terima jabatan antara Kepala Biro Humas, Protokol dan Kerjasama yang lama dengan yang baru.

Biasanya kegiatan kunjungan pers ini dilakukan oleh pihak *media partner* yang mengunjungi kantor dari instansi atau perusahaan yang bersangkutan. Tapi dalam hal ini, pihak Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau lah yang melakukan kunjungan ke kantor-kantor media tersebut.

Analisa penulis terkait kegiatan *kunjungan pers* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau telah sesuai dengan teori yang ada. Biro Humas Provinsi Riau melakukan kunjungan ke kantor-kantor media ketika ada pergantian di struktur kepemimpinan di Biro Humas Provinsi Riau. Kunjungan yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau ini guna sosialisasi kepada wartawan sekaligus memperkenalkan Kepala Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau yang baru.

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).

Pihak Biro Humas Provinsi Riau selalu melakukan evaluasi baik itu seputar kegiatan media relations, peliputan dilapangan atau juga evaluasi tentang kinerja staff yang ada didalam badan Biro Humas, Protokol dan Kerjasama Provinsi Riau. Rentang waktu evaluasi yang dilakukan oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau adalah triwulan atau pertiga bulan. Terkadang juga pihak Biro Humas Provinsi Riau juga langsung melakukan evaluasi. Hal ini dilakukan untuk memberitahu kesalahan yang telah terjadi dan dapat segera dibahas dalam rapat.

Evaluasi mendadak yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau ini dimaksudkan agar dapat meminimalisir serta mengetahui seberapa besar kesalahan yang dilakukan dalam mempublikasi berita dan tergantung situasi dan kondisi. Kegiatan yang dibahas dalam evaluasi media relations yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah seputar kerjasama dengan media-media yang digunakan oleh mereka untuk melakukan publikasi. Biro Humas Provinsi Riau selalu melihat perkembangan setiap *media partner* mereka.

Biro Humas Provinsi Riau akan melihat media-media mana saja yang masih eksis atau media-media yang masih banyak digunakan atau dilihat oleh masyarakat khususnya masyarakat Riau. Kebanyakan media yang sering dilihat atau digunakan masyarakat adalah media online.

Pada era sekarang ini media online sangat mudah diakses oleh masyarakat karena penggunaannya yang sangat mudah ketimbang dengan media-media cetak. Hal ini juga dilihat oleh Pihak Biro Humas Provinsi Riau.

Analisa penulis mengenai kegiatan *evaluasi media relations* yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau telah sesuai dengan teori yang ada. Evaluasi yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau ini dilakukan guna melihat keefektifan dari media-media yang menjalin kerjasama dengan Biro

Humas Provinsi Riau.

Biro Humas Provinsi Riau juga akan melakukan evaluasi ketika ada berita yang telah diberikan kepada wartawan, namun berita tersebut belum dipublikasikan. Pihak Biro Humas Provinsi Riau juga memiliki rentang waktu dalam melakukan evaluasi, yaitu triwulan satu, triwulan dua, dan triwulan tiga.

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.

Media relations sudah pasti sangat berpengaruh dalam membentuk citra pemerintah di mata publik. Hal ini diketahui berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Eriadi Fahmi yang mengatakan bahwa dengan adanya media relations, masyarakat dapat mengetahui informasi tentang kegiatan atau program kerja yang dilakukan oleh pemerintah.

Didalam usaha untuk menciptakan suasana atau citra yang baik dalam *internal public* maupun *external public* memerlukan tahapan yang menjadi titik perhatian yang menjadi suatu rangkaian tujuan perencanaan dalam membangun citra publik yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau.

Menurut Koonz dan Terry dalam Muslimin (2004:80) terdapat formula yang menyatakan bahwa *public relations* memiliki fungsi dalam organisasi yaitu POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) atau sering disebut dengan 4-P (Perencanaan, Pelaksanaan, Pengaturan, Pengawasan).

Biro Humas Provinsi Riau melakukan fungsi pengawasan media relations untuk membentuk citra publik guna melihat keefektifan kinerja pemerintah dalam membuat program kerja.

Dengan adanya berita tentang kegiatan yang telah dilakukan oleh pemerintah masyarakat dapat serta merasakan dampak yang positif atas kegiatan tersebut. Secara otomatis masyarakat menilai bahawa pemerintah telah menjalankan program kerja, hal ini dapat menepis pandangan masyarakat yang menilai bahwa Pemerintah Provinsi Riau tidak menjalankan program kerja sebagaimana mestinya.

Masyarakat Riau pada saat sekarang ini sangat kritis dalam menilai kinerja program kerja yang dibuat oleh Pemerintah Provinsi Riau. Masyarakat akan menilai pemerintah telah bekerja ketika melihat atas hasil yang diberikan dari program kerja yang telah dilaksanakan.

Analisa penulis mengenai kegiatan membangun citra ini telah sesuai dengan teori yang ada. Biro Humas Provinsi Riau mempublikasikan program kerja yang telah dilakukan oleh Pemprov Riau. Hal ini akan membuat citra pemerintah akan baik dimata masyarakat Riau

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 menyebarluaskan informasi dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal.

Dalam era informasi yang semakin berkembang seperti saat ini, media massa memiliki peranan yang sangat besar dalam kehidupan. Berbagi informasi, berbagi pengetahuan, bahkan berkomunikasi dapat dilakukan dengan media massa. Banyaknya jumlah media massa yang ada sekarang ini mulai dari media cetak (koran, majalah) media elektronik (televisi, radio), hingga media yang terbaru sekarang dan lebih banyak digunakan yaitu media online.

Bagi beberapa orang, hanya bisa menikmati media massa seperti media cetak, media elektronik. Bagi masyarakat lain, sangat jarang menggunakan media online. Latar belakang pendidikan dan kondisi ekonomi menjadi faktor penyebab masyarakat tidak dapat menggunakan media tersebut.

Untuk melakukan publikasi seputar kegiatan serta program kerja yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Riau, Biro Humas Provinsi Riau telah bekerjasama dengan media lokal. Media yang digunakan oleh Biro Humas Provinsi Riau diantaranya ada media cetak, media televisi dan juga media online.

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	Cakplah.com
13.	Media Online	riaugreen.com

4. 1 (Tabel Daftar Rekanan Media Massa Biro Humas Provinsi Riau)

Tabel diatas merupakan *media partner* dari pihak biro Humas Provinsi Riau. Terlihat banyaknya media yang digunakan oleh Biro Humas Provinsi Riau untuk melakukan publikasi seputar kegiatan dan juga sosialisasi program kerja yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Riau.

Menurut Darmastuti (2012:23) media massa memiliki peranan dalam menyampaikan informasi dari belahan dunia yang satu ke belahan dunia yang lain. Peranan media massa yang digunakan oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah fungsi pengawasan. Fungsi ini digunakan untuk mengawasi kegiatan yang ada dimasyarakat agar sesuai dengan aturan yang berlaku di masyarakat

tersebut.

Dengan banyaknya media massa lokal yang menjalin kerjasama dengan Biro Humas Provinsi Riau justru dapat mempermudah Biro Humas dalam melakukan publikasi seputar kegiatan dan program kerja yang dilaksanakan oleh Pemerintah Provinsi Riau. Biro Humas Provinsi Riau apat memanfaatkan jangkauan dari media online lokal, karena pada saat sekarang ini masyarakat lebih banyak memanfaatkan teknologi yang mudah diakses dan juga penggunaannya lebih mudah .

Media-media cetak yang dulunya memproduksi majalah dan koran, sekarang juga memilih beralih untuk menjadi media online. Hal ini disebabkan oleh minat masyarakat untuk memilih membaca koran lebih sedikit ketimbang membaca berita melalui *gadget* mereka masing-masing.

Menurut analisa penulis, Biro Humas menjalin kerjasama dengan banyak media lokal. Pihak Biro Humas Provinsi Riau mengakui lebih menguntungkan ketika menjalin hubungan kerjasama dengan media online, karena zaman sekarang kebanyakan masyarakat banyak memperoleh informasi melalui media online. Dan berita yang dipublikasi melalui media online dapat diakses secara langsung oleh masyarakat.

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

Menurut Darmastuti (2012:153) strategi membangun hubungan dengan media adalah sebuah rencana yang disusun dengan cermat dalam membangun hubungan dengan media dalam rangka menciptakan hubungan yang baik dengan media massa.

Menurut Yusuf (2010:228) strategi dapat diartikan sebagai sebuah rencana yang menyeluruh dalam mencapai suatu target meskipun tidak adanya jaminan sebuah keberhasilan. Di dalam dunia komunikasi, strategi berarti sebuah rencana yang bertujuan mencapai target komunikasi.

Menggunakan strategi yang tepat dapat digunakan oleh praktisi *public relations* dalam membangun serta menjalin hubungan yang baik dengan intitusi media dan dengan para wartawan akan mempengaruhi publisitas serta publikasi yang disampaikan oleh praktisi PR tersebut.

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.

Menurut Darmastuti (2012:158) seorang *public relations* harus menghargai media massa serta pekerja media atau wartawan dengan menyediakan waktu yang tepat dan menghargai kedatangan mereka.

Strategi ini lah yang dilakukan oleh pihak Biro Humas Provinsi Riau dengan melakukan kunjungan ke kantor-kantor media dan sebaliknya, dari pihak media yang melakukan kunjungan ke kantor Biro Humas, Protokol dan Kerjasama 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.

Stategi *media relations* dari pihak Biro Humas Provinsi Riau yang berikutnya adalah menjalin komunikasi yang baik dengan para wartawan serta mempersiapkan segala informasi yang dibutuhkan oleh wartawan. Pihak Biro Humas Provinsi Riau juga berusaha untuk tidak memberikan informasi yang salah kepada wartawan.

Bagi Biro Humas Provinsi Riau menjaga komunikasi yang baik merupakan hal yang sangat penting dan harus dipertahankan. Cara yang dilakukan oleh Biro Humas ini adalah sering berkumpul dengan wartawan dan berbincang santai. Menurut Biro Humas Provinsi Riau menjalin komunikasi dengan wartawan harus tetap terjaga layaknya hubungan kekerabatan.

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.

Pemahaman tentang menyusun strategi dalam menjalin hubungan yang baik dengan institusi media itu merupakan hal yang sangat penting bagi praktisi PR terutama di Biro Humas Provinsi Riau. Strategi yang harus dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah memberikan pelayanan yang baik kepada media.

Pelayanan yang dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Riau adalah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pihak media. Informasi yang diberikan ini berupa jadwal kegiatan atau perencanaan rancangan program yang akan dilakukan oleh Pihak Biro Humas Provinsi Riau.

Analisa penulis mengenai strategi media relations yang dibuat oleh Biro Humas Provinsi Riau masih terlalu sedikit. Seharusnya Biro Humas Provinsi Riau membuat strategi khusus dalam menjalin hubungan dengan media.

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.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan pada hasil pembahasan yang telah peneliti jelaskan sebelumnya pada bab IV, maka pada bab V ini peneliti akan berusaha memberikan kesimpulan serta saran dari penelitian yang telah peneliti lakukan.

A. 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 Penguatan 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.cakaplah.com diakses pada 18/10/2017

LAMPIRAN

Transkrip wawancara Biro Humas, Protokol, dan Kerjasama Provinsi Riau

1. Erisman Yahya (Kabag Humas) 10 Juli 2017

P : Yaa perkenalkan nama saya Muhammad Fajar Dwithya mahasiswa dari UII. Nama lengkapnya bang?

J : Erisman Yahya, oke.

P : Posisi abang di humas ini sebagai?

J : Abang disini sebagai kabag humas. Kepala bagian humas.

P : Oke. Langsung ke pertanyaan aja ya bang.

J : Oke langsung aja.

P : Apa tujuan diselenggarakannya media relations dari biro humas ini bang?

J : Sebelum abang menjawab pertanyaannya, mungkin abang jelasin sedikit tentang biro humas ini yaa. Kalau biro nama panjangnya Biro humas, protokol dan kerjasama. Dibawah biro itu ada tiga kabagnya. Ada kabag humas, ada kabag protokol, dan ada kabag kerjasama. Nah jadi di biro ini ada tugas bagian gitu, abang bagian kepala humasnya. Kabag humas ini, Tupoksi atau tugas pokok dan fungsinya yang ada di abang sekarang ini mencakup dengan media massa, ada juga media luar ruang seperti baliho, spanduk, umbul-umbul. Nah itu juga menjadi tugas kami, kemudian juga pidato, jadi misalnya setiap acara itu pak gubernur punya acara dimana, nah kita yang menyiapkan pidatonya gitu, dan bekerjasama dengan sektor penyelenggaranya jadi pidatonya kita sesuaikan dengan yang disana, secara lain dengan mudahnya yaa, itu lingkup kerja bagian humas ini.

P : oke bang, balik ke pertanyaan pertama tadi, tujuan diselenggarakannya media relations dari biro humas ini bang?

J : yaa tentu, bagaimanapun media ini kan kita anggap penting ya. Karena, ya bagaimana mungkin masyarakat bisa tau apa yang telah, sedang, atau akan dikerjakan oleh pemerintah kalau kita tidak bekerjasama dengan media yakan. Media lah yang akan menyampaikan ke masyarakat. Dan alhamdulillah sekarang kan kita juga sudah banyak pilihan di era seperti sekarang ini, tidak hanya sekedar media konvensional yang seperti kita kenal dulu kayak koran, radio. Sekarang udah ada media sosial kayak twitter, instagram, dan media-media dengan kategori masyarakat umum bisa ikut serta disit, sekalian mereka bisa berinteraksi disitu. Jadi era sekarang ini. Apanamanya tidak hanya di monopoli oleh media-media konvensional seperti dulu gitu, oleh karena itu juga sekarang kita selain bekerja sama dengan media-media konvensional itu kita juga mengaktifkan diri di media sosial juga. Pak gubernur riau juga kita bikin ada facebooknya, ada instagramnya. Jadi sekarang sudah banyak pilihan untuk melakukan sosialisasi.

P : apa yang melatarbelakangi adanya media relations?

J : yaa tentu seperti yang abang bilang tadi, bagaimana mungkin masyarakat bisa tau apa yang sedang, telah, dan akan dilakukan oleh pemerintah, kalau kita tidak menggunakan media-media itu tadi. Jika kalau tidak begitu maka masyarakat tidak akan tau kalau pemerintah telah bekerja dan akan terjadi miss-persepsi diantara masyarakat dan masyarakat pun pasti akan berpikir kalau pemerintah itu tidak bekerja. Nah itu salah satu yang melatarbelakangi kami menjalin bekerja sama dengan media-media itu.

P : perencanaan media relations yang dilakukan biro humas apa bang?

J : seperti yang abang bilang tadi juga, kita dengan media-media mainstream tetap melakukan kerjasama seperti dengan riaupos, tribun pekanbaru, dan media-media cetak lainnya kita juga kerjasama. Kemudian dengan media-media online juga yang selalu memberitakan kegiatan-kegiatan pak gubernur, seperti go riau, riau terkini, itu media-media online riau yang banyak dikunjungi dan banyak dilihat oleh masyarakat pembacanya

P : struktur pengelolaan media relation ini bagaimana bang?

J : yaa struktur pengelolaan media relation ini kita menjalin komunikasi yang baik dengan rekan-rekan media. Seperti pak fahmi itu, dia punya grup bersama dengan rekan-rekan media. Mungkin seperti itu lah.

P : lalu yang bertanggungjawab atas media relations dari biro humas ini siapa bang?

J : yang bertanggungjawab yaa tentunya kita di biro humas ini bertanggungjawab. Tapi disini pemegang tanggungjawab ya saya sebagai kepala humas

P : Proses pelaksanaan media relation yang dilakukan biro humas ini bagaimana bang?

J : jadi prosesnya itu pertama, informasi-informasi dan kegiatan-kegiatan dari Pemprov ini kan ada jadwal agendanya dan kemudian agenda itu kita sampaikan kepada teman-teman wartawan. Seperti Pak fahmi itu sudah tergabung dalam grup dengan rekan-rekan wartawan

P : tahap-tahap pelaksanaan media relation biro humas itu bagaimana bang?

J : Informasinya itu di sampai dari biro umum yang kemudian dikasih ke biro humas, dari biro humas itu sendiri, kemudian langsung disampaikan ke rekan-rekan wartawan.

P : sistem pelaksanaan media relation biro humas itu bagaimana bang?

J : sistem pelaksanaannya kita memberi informasi kepada wartawan, kemudian wartawan yang meliput. Kemudian informasi atau berita dari kita. Nah, berita yang dari kita itu kemudian kita rilis terus kita sampaikan kepada wartawan. terus diterbitkan ke media.

P : strategi media relation dari biro humas ini apa bang?

J : strateginya itu kita terus menjalin komunikasi dan pendekatan yang baik antara humas dan kawan-kawan media dan wartawan.

P : sistem evaluasi media relation biro humas ini bagaimana bang?

J : kita selalu lakukan evaluasi apa saja yang menjadi persoalan-persoalan yang terjadi di lapangan. Evaluasi yang kita lakukan itu kadang sekali seminggu atau sekali dua minggu, tergantung pada situasinya aja.

P : apakah ada jangka waktu secara priodik dalam melakukan evaluasi media relation?

J : kita ada triwulan namanya. Ada triwulan satu, triwulan dua, triwulan tiga. Seperti tadi abang udah memanggil Kasubag-Kasubag untuk melakukan evaluasi. Biasanya pertiga bulan gitu, dan tergantung situasional juga.

P : alur pertanggungjawaban media relation biro humas ini seperti apa bang?

J : untuk alur pertanggung jawaban yang sifatnya anggaran kan udah jelas tercantum dalam SOP. Jadi pertanggungjawaban itu langsung ke pimpinan, dan akan dilanjutkan sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku.

P : apa aja yang dilaporkan dalam evaluasi media relation dalam biro humas ini bang?

J : biasanya yang kita bahas ya seputar kerjasama dengan media, misalkan kita kerjasama dengan media A, tetapi media A ini udah tidak efektif lagi, nah itu yang kita bahas. Dan kita juga meihat media B, yang ratingnya lagi bagus di masyarakat, maka tetap kita pertahankan lha, seperti itu.

P : apa media relation yang dilakukan oleh biro humas ini menunjukkan keberhasilan sesuai dengan target dan tujuan yang ditetapkan sebelumnya?

J : yaa, karena keberhasilan humas ini kan relatif. Intinya, perencanaan itu bagaimana kerjasama kita dengan media itu terjalin dengan baik. Kemudian keberhasilannya itu yang paling penting adalah informasi itu sampai kepada masyarakat, sehingga masyarakat tu jadi tau apa yang sedang dilakukan oleh pemerintah Riau ini.

P : Apakah dilakukan riset untuk mengevaluasi hasil media relations ini bang?

J : iyaa, riset yang kita lakukan pasti ada. Untuk melakukan evaluasi ini kita melakukan riset agar tidak terjadi kesalahan lagi didalamnya.

P : apa faktor pendukung dalam media relations ini bang?

J : faktor pendukungnya dengan dibantu dengan teknologi yang semakin maju seperti sekarang ini, kita merasa terbantu. Dan dengan adanya grup dengan rekan-rekan wartawan ini udah sangat membantu kita untuk memberikan informasi kepada mereka dan ini lah yang membantu kita dalam menjalin komunikasi.

P : faktor penghambatnya apa bang?

J : untuk faktor penghambat itu ya, paling ya terjadi kayak misscommunication aja dengan kawan-kawan media. Contohnya itu ada informasi yang belum sampai ke kita sehingga kita juga terlambat memberikan informasi ke media.

P : apakah dengan media relations dapat berpengaruh terhadap citra pemerintah di mata masyarakat?

J : abang fikir itu pas ya.

P : Apa feedback yang diberi publik eksternal ke biro humas dalam media relations ini bang?

J ; feedback yang diberikan itu seperti memberi informasi kepada kita, kayak masukan-masukan dari pihak eksternal itu kepada kita. Gitu.

P : sekian untuk wawancaranya bang, terimakasih udah diberikan waktunya ya bang.

2. Eriadi Fahmi (Kepala Sub Bagian Hubungan Pers, Penerbitan Dokumentasi dan Media).

P : perkenalkan nama saya Muhammad Fajar Dwithya, saya dari UII.

J : iya nama abang Eriadi Fahmi, abang disini sebagai kepala sub bagian hubungan pers, penerbitan, dokumentasi, dan media.

P : tujuan diselenggarakannya media relations oleh biro humas ini apa bang?

J : jadi gini, di humas itu udah menjadi tupoksi atau tugas pokok dan fungsi di humas pemerintah provinsi Riau itu adalah menjalin komunikasi, hubungan baik dengan media kemudian kawan-kawan wartawan untuk kita mempublikasikan tugas-tugas ataupun kegiatan-kegiatan dari pemerintah provinsi Riau, itu tujuan pertamanya. Yang kedua, bagaimana kita bisa mempublikasikan program-program kerja dari pemerintah provinsi Riau ini sampai ke masyarakat, di ketahui masyarakat, dan dimengerti masyarakat. Itu adalah tugas utama dari humas. Itu jar.

P : apa yang melatarbelakangi adanya media relations ini bang?

J : latar belakang ini sesuai dengan perda atau tupoksi dari biro humas tadi ya, itu lah yang melatarbelakangi kita membuat kerjasama dengan kawan-kawan media massa yang ada di Riau ini. Kita punya namanya media cetak, media elektronik, dan media online.

P : Bagaimana perencanaan media relation yang dilakukan oleh biro humas riau bang?

J : jadi perencanaan media relations itu ya kayak memberi fasilitas kawan-kawan media untuk melakukan tugas-tugas jurnalisnya atau tugas-tugas peliputannya seputar kegiatan yang dilakukan pemerintah provinsi Riau. Sifat-sifat dari perencanaan ini yaa kayak komunikasi aja dengan kawan-kawan media, yang tertuang dalam anggaran, kan disana ada kerjasamanya dalam bentuk galeri foto, advetorial. Misalnya kayak kegiatan galeri foto itu kan memasukkan foto-foto kegiatan pak gubernur di media cetak. Kemudian advetorial kayak memasukkan kegiatan-kegiatan ke media elektronik seperti media televisi, dan segala macamnya.

P : bagaimana struktur pengelolaan media relation dari biro humas?

J : yaa struktur media kita banyak, intinya berkomunikasi kayak membuat grup-grup kerjasama dengan rekan-rekan media, jadi kalau ada informasi-informasi nanti kita sampaikan lewat grup-grup itu tadi.

P : terus yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan media relation ini siapa bang?

J : yang bertanggungjawab tentunya pak kepala biro humas langsung ya, kemudian ada Kabag atau kepala bagiannya, kemudian ada saya sendiri sebagai pelaksana media relations ini.

P : Proses pelaksanaan media relation yang dilakukan biro humas ini bagaimana bang?

J : jadi prosesnya itu pertama, informasi-informasi dan kegiatan-kegiatan dari Pemprov ini kan ada jadwal agendanya dan kemudian agenda itu kita sampaikan kepada kawan-kawan media melalui grup yang telah ada tadi. Kita kan udah punya grup media relation itu. Jadi era sekarang udah mulai canggih, jadi begitu dapat informasi kita langsung share ke mereka. Karena informasi ini perlu cepat disampaikan, misalkan minggu depan ada agenda pak gubernur maka ya minggu ini udah kita share ke kawan-kawan media.

P : tahap-tahap pelaksanaan media relation biro humas itu bagaimana bang?

J : sama seperti tadi yang saya katakan. Informasinya itu di sampai dari biro umum yang kemudian dikasih ke biro humas, dari kita (biro humas) langsung menyampaikan ke kawan-kawan media.

P : sistem pelaksanaan media relation biro humas itu bagaimana bang?

J : sistem pelaksanaannya yang pertama, informasi itu sampai kepada wartawan, kemudian wartawan meliput. Yang kedua, informasi dari kita, berita dari kita lalu kemudian kita rilis terus kita sampaikan kepada wartawan. Kemudian diterbitkan ke media kawan-kawan media. Artinya sinergi yang penting disini, antara humas dengan kawan-kawan media. Terkadang kawan-kawan media punya news yaa katakanlah menurut mereka bagus dan menarik untuk dibaca, ya mereka liput sendiri. Atau kita juga stand by kan berita-berita untuk mereka. Jadi ada komunikasi yang baik lah dan hubungan yang saling menguntungkan.

P : strategi media relation dari biro humas ini apa bang?

J : strateginya itu kita terus menjalin komunikasi dan pendekatan yang baik antara humas dan kawan-kawan media. Kemudian menyiapkan informasi data dan jangan sampai data-data yang kita berikan kepada mereka itu salah.

P : sistem evaluasi media relation biro humas ini bagaimana bang?

J : kita selalu lakukan evaluasi apa saja yang menjadi persoalan-persoalan di lapangan. Kan di humas itu ada yang meliput sebagai fotografer dan kemaramen. Evaluasi yang kita lakukan itu kadang sekali seminggu atau sekali dua minggu, itu yang internal ya. Kalau yang eksternal kita sering melakukan evaluasi dengan kawan-kawan media.

P : alur pertanggungjawaban media relation biro humas ini seperti apa bang?

J : untuk alur pertanggung jawaban yang sifatnya anggaran kan udah jelas SOP nya. Jadi pertanggungjawaban itu langsung ke pimpinan, itu untuk yang di lapangan. Untuk masalah penganggrannya itu kan ada pertanggungjawaban sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku.

P : apa aja yang dilaporkan dalam evaluasi media relation dalam biro humas ini bang?

J : yang dilaporkan dalam evaluasi itu biasanya masalah format dari kerjasama itu, misalkan yang kita evaluasi itu kenapa berita ini tidak naik, atau kenapa liputan-liputan yang kira-kira menarik tidak dipublikasikan. Artinya evaluasi itu adalah evaluasi bagaimana informasi-informasi yang menarik dan perlu diketahui masyarakat itu betul-betul sampai. Jadi kalau informasi itu tidak disampaikan akan jadi bahan evaluasi bagi kita nantinya.

P : apa media relation yang dilakukan oleh biro humas ini menunjukkan keberhasilan sesuai dengan target dan tujuan yang ditetapkan sebelumnya?

J : yaa, karena keberhasilan humas ini kan relatif. Intinya, perencanaan itu bagaimana kerjasama kita dengan media itu terjalin dengan baik. Kemudian keberhasilannya itu yang paling penting adalah informasi itu sampai gitu, terutama berita-berita kegiatan pemprov itu sampai, kemudian masuk ke media massa dan dilihat oleh masyarakat. Kemudian jika ada berita-berita yang miring maka kita luruskan. Kira-kira itu aja jar dari ukuran keberhasilan program itu kan sangat di humas ini sangat relatif. Tapi paling tidak ya humas terus melakukan komunikasi dengan kawan-kawan media agar publikasi itu sampai, agar diberitakan yang baik dan benar sesuai dengan fakta.

P : Apakah dilakukan riset untuk mengevaluasi hasil media relations ini bang?

J : iyaa, misalnya diawal tahun 2017 itu kita mengevaluasi yang tahun 2016. Yang mana media-media yang menurut kita dengan penyebaran informasinya sampai ke masyarakat. Artinya media-media yang mainstream, atau media-media yang oplahnya yang cukup tinggi yang menjadi fokus kita. Karena tujuan kita tadi ya itu, kita ingin bagaimana informasi sampai ke masyarakat. Untuk media cetak itu kayak Riaupos, tribun pekanbaru. Untuk media online itu Go Riau sama riau terkini. Media televisi selain nasional itu ada RTV.

P : apa faktor pendukung dalam media relations ini bang?

J : banyak jar, faktor pendukung kita adalah pertama ya dengan adanya grup-grup dengan kawan-kawan media ini udah sangat membantu kita. Kayak grup whatsapp, dan segala macam. Ini lah yang membantu dalam menjalin komunikasinya.

P : terus faktor penghambatnya apa bang?

J : saya kira faktor penghambatnya ya, paling ya tersumbatnya komunikasi atau misscommunication aja dengan kawan-kawan media. Misalnya ada informasi yang belum sampai ke kita sehingga kita juga terlambat memberikan informasi ke kawan-kawan media.

P : apakah dengan media relations dapat berpengaruh terhadap citra pemerintah di mata masyarakat?

J : iyaa, dengan adanya media relations ini kita sangat tertolong lah istilahnya ya, karena melalui informasi-informasi yang baik maka secara otomatis citra pemerintah akan naik di mata masyarakat.

P : oke bang, ini pertanyaan terakhir. Apa feedback yang diberi publik eksternal ke biro humas dalam media relations ini bang?

J ; ya feedbacknya itu memberikan informasi kepada kita, kayak masukan-masukan dari pihak eksternal itu kepada kita.

P : iyaa terima banyak atas waktunya bang.

3. Jefri Nardi Rizky (Staff Biro Humas Bagian Editor)

P : oke bang, nama saya Muhammad Fajar Dwithya,

J : ya saya Jefri nardi Rizky, saya disini sebagai staff sub bagian editor.

P : pertanyaan pertama bang, apa tujuan penyelenggaraan media relations biro humas ini bang?

J : tujuannya yaa secara tidak langsung agar kebijakan dan program ada dan dilaksanakan oleh pemprov Riau itu dapat diketahui oleh publik.

P : terus yang melatarbelakangi adanya media relations itu apa bang?

J : ya mungkin selama ini banyak kebijakan pemerintah itu sendiri tidak sampai informasinya ke masyarakat. Jadi dengan adanya media relations ini dan dengan adanya hubungan baik dengan media, informasi yang ada ataupun kebijakan yang ada dapat di publikasikan melalui media-media yang ada.

P : perencanaan media relations biro humas ini bagaimana bang?

J : perencanaan yang dilakukan oleh humas itu sendiri, pertama yaa disini ada namanya wartawan pemprov Riau atau WPR. Jadi setiap adanya kegiatan pimpinan atau kegiatan provinsi Riau itu maka teman-teman media kita rangkul untuk menyampaikan apa yang dilakukan pemerintah mulai dari kegiatan teknis atau kegiatan-kegiatan yang sifatnya terkait dengan kebijakan program kerja.

P : bagaimana struktur pengelolaan media relation yang dilakukan oleh biro humas ini bang?

J : mungkin kita di humas ini ada beberapa ada tiga bagian, dari tiga bagian tersebut ada lagi sub bagiannya. Salah satunya dibagian publikasi itu ada sub bagian hubungan pers, nah itu yang sama bapak itu tadi kan. Pak fahmi tadi lah yang mengelola bagaimana hubungan baik dengan kawan-kawan media itu. Baik itu dengan media yang langsung dibawah humas, ataupun media-media lain.

P : yang bertanggungjawab dalam media relation ini siapa bang?

J : mungkin secara tupoksi, yang bertanggungjawab langsung dengan media relations ini adalah sub bagian hubungan pers. Dan kita di humas ini sebenarnya juga ikut bertanggung jawab menjalin hubungan baik dengan media. Tapi ya yang bertanggung jawab langsung ya sub bagian hubungan pers itu tadi.

P : bagaimana proses media relation yang dilakukan biro humas ini bang?

J : proses media relations ini ya pelaksanaan hubungan baik dengan pihak media. Jadi setiap adanya kegiatan pimpinan seperti kegiatan yang dilakukan oleh pak gubernur atau wakil gubernur, maka kita sampaikan ke mereka, dan mereka juga tau dan kemudian mereka akan meliput kegiatan yang dilakukan itu. Dan kita juga memberikan informasi ke media jika misalnya disini ada kegiatan, maka kita akan sampaikan jadwal kegiatan itu dan masuk ke dalam agenda mereka.

P : bagaimana sistem pelaksanaan media relations yang dilakukan oleh biro humas bang?

J : sistem pelaksanaannya ya itu tadi, kita ada ruang khusus buat wartawan. Nah jadi ketika ada kegiatan maka mereka kita ajak dan berkumpul di ruangan tersebut. Yang nantinya kita sama-sama berangkat ke lokasi acara. Pas sampai dilokasi acara para wartawan kita kasih kesempatan jika ingin wawancara dengan pimpinan atau ingin meliput acara tersebut.

P : bagaimana strategi media relations dari biro humas ini?

J : strateginya itu yaa dengan merangkul mereka, dengan itu secara tidak langsung kita dapat citra positif dari media.

P : bagaimana sistem evaluasi media relations biro humas?

J : evaluasi yang saya tau selama di humas itu, jadi setiap pagi itu kan banyak koran yang masuk. Nah dari situ kita lihat, kalau ada berita miring, maka kita coba memanggil pihak media jika ada kesalahan persepsi, dan kemudian kita menjelaskan terkait dengan apa yang sebenarnya dan memberikan konfirmasi. Jangka waktunya juga bisa langsung, jika itu media cetak harian ya kita coba evaluasi secara langsung. Atau media cetak lainnya yang sudah keburu terbit maka kita coba evaluasi untuk periode berikutnya.

P : nah bagaimana alur pertanggungjawaban dari media relation ini bang?

J : jadi alur pertanggungjawaban itu dari hubungan pers itu sendiri. Jadi dari pimpinan humas itu sendiri yang nanti yang akan menyampaikan dengan hubungan pers.

P : apa aja yang biasanya dilaporkan dalam evaluasi media relation ini bang?

J : biasanya yang dilaporkan itu, benar atau tidak media-media yang selama ini kita rangkul atau media-medi yang masuk dalam grup wartawan provinsi Riau itu menyampaikan informasi tentang pemerintah, mereka konsisten atau tidak, gitu. Yaa sama seperti kayak udah menjalin hubungan baik, ternyata yang diberitakan itu untuk pemprov itu bisa dikatakan tidak banyak. Itu sudah pasti akan kita evaluasi, dan kita akan mencoba mencari media mana yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi agar banyak masyarakat yang tau. Misalnya media cetak itu sampai atau tidak ke daerah-daerah ya tapi ga sampai ke pelosok-pelosok kayak media online, otomatis ga akan sampai ke daerah-daerah tertentu karna masalah jaringan internet saja kan udah susah gitu. Jadi mana media yang efektif agar seluruh masyarakat Riau ini mengetahui perkembangan informasi yang telah diberikan pemerintah.

P : apakah media relation yang dilakukan oleh Humas Pemprov Riau menunjukkan keberhasilan sesuai dengan target dan tujuan yang ditetapkan sebelumnya?

J : iyaa sejauh ini yang saya tau keberhasilannya ya udah cukup berhasil. Karna setiap informasi yang diberikan atau setiap informasi terkait dengan kebijakan program pemerintah itu dipublikasikan oleh teman-teman media dengan baik.

P : apakah dilakukan riset untuk mengevaluasi hasil media relation ini bang?

J : untuk riset, saya rasa itu pernah ya.

P : faktor pendukung dari penyelenggaraan media relations apa bang?

J : faktor pendukung ini bisa kayak fasilitas diberikan, kayak sama pak fahmi itu ada grup wartawan. Jadi ketika ada informasi mengenai kegiatan ya tinggal memberitau lewat grup itu aja dengan sekali share mereka jadi tau tentang informasi tersebut. Terus faktor pendukung lainnya itu tersedianya operasional, misalkan lokasi kegiatan itu jauh maka kita rangkul mereka, ngajak mereka berangkat sama-sama ke lokasi.

P : faktor penghambatnya apa bang?

J : sejauh ini faktor penghambat mungkin ya terkadang program atau kegiatan itu waktunya ada yang bersamaan. Atau kegiatan itu bersifat mendadak sehingga kita terlambat memberi tau teman-teman media.

P : apakah dengan adanya media relations dapat berpengaruh terhadap citra pemerintah dimata masyarakat?

J : ooh jelas, karena sudah pasti itu sangat berpengaruh. Dengan adanya hubungan pers yang baik tentu informasi itu dapat terjangkau oleh masyarakat.

P : oke bang, ini pertanyaan terakhir. apa feedback yang diberikan oleh publik eksternal kepada Pemprov Riau terhadap media relations ini?

J : untuk feedback yang diberikan pihak eksternal mungkin pak fahmi tadi yang lebih mengetahui.

P : yaa terimakasih atas waktunya bang, udah bersedia untuk diwawancara.

Transkrip wawancara Biro Humas, Protokol, dan Kerjasama Provinsi Riau.

1. Eriadi Fahmi, Kepala Sub Bagian. 13 Sept 2017

P : Bagaimana bentuk media relations yang digunakan oleh Biro Humas ini bang?

J : Banyak ya, pertama itu ada *press release*, kemudian ada konfrensi pers juga, kemudian kita di biro humas ini juga punya media kayak website, kemudian kita punya media sosial seperti *facebook*, *twitter*, jadi semua informasi kegiatan setiap hari itu kita masukkan ke media kita untuk disebar.

P : strategi media relation yang dilakukan Biro Humas selain menjalin komunikasi yang baik, apa ada lagi bang? Kayak mengundang wartawan makan-makan atau mengadakan acara gitu bang?

J : untuk kegiatan seperti itu bersifat kondisional aja, kita kan berhubungan baik itu bukan berarti kita harus gimana sama mereka, tapi yang penting itu adalah komunikasi. Kawan-kawan media itu kan butuh informasi dan kita butuh menyebarkan informasi jadi ada hubungan mutualisme disitu, ada hubungan yang saling membutuhkan. Ya seperti itu lah.

P : teknik media relations yang digunakan biro humas ini seperti apa bang?

J : jadi gini, kita kan untuk mempublikasikan itu ada materi yang diberikan. selain itu kita juga koordinasi dengan SKPD yang mana kita minta informasi tentang program-program yang di SKPD, misalkan kayak Dinas PU ada pengerjaan jalan atau pembangunan jembatan, berapa anggarannya. Nah, data-data ini dan informasi-informasi pembangunan tersebut kemudian kita rangkum lalu kita buat *release* kita sampaikan ke mereka. Selain menyampaikan ke media, kita juga ada website yaitu humas.riau.go.id. Nanti bisa dicek disitu. Kadang-kadang kawan-kawan wartawan yang sering disini yang ikut meliput kegiatan Pak Gubernur, meliput kegiatan-kegiatan Pemprov, sering juga mengambil data-data di website kita. Kita juga bersedia untuk mereka mengambil data itu yang kemudian mereka sampaikan melalui media mereka masing-masing. Itu lah teknik kita dalam media relations ini.

P : jenis-jenis media relations yang digunakan oleh Biro Humas ini apa aja bang?

J : kita juga ada melakukan media gathering yang namanya kopi morning. Kegiatan yang terstruktur itu ya kita lakukan dua bulan sekali atau sebulan sekali, tergantung isu-isu yang hangat yang dibicarakan.

P : pernah mengadakan *press tour* gitu tidak bang?

J : kita juga ada *press tour* yang membawa kawan-kawan yang disini untuk memperdalam pengetahuan, memperdalam ilmu jurnalistiknya, tapi kita hanya sebatas memfasilitasi saja karena keterbatasan anggaran juga.

P : ada melakukan *press briefing* sebelum teman-teman melakukan peliputan gitu bang?

J : itu tergantung situasi dan kondisi yang ada dilapangan. Memang kita di Humas ini dalam seminggu ada rapat-rapat kecil kayak *briefing* gitu. Kemudian kita juga memantau yang digrup-grup WA yang menjadi isu-isu hangat yang perlu menjadi perhatian serius. Humas kan tidak hanya memberitakan hal-hal yang baik, kita terkadang juga mengklarifikasi apabila ada berita-berita yang katakanlah tidak sesuai dengan kenyataannya. Nah tugas humas untuk meluruskan dan megklarifikasi kepada kawan-kawan media bahwa mungkin yang dibuat oleh teman-teman media itu informasinya salah, kemudian kita berikan informasi-informasi yang benar. Makanya itu perlu mengadakan rapat-rapat kecil.

P : hubungan Biro Humas Pemprov dengan teman-teman wartawan seperti apa bang?

J : alhamdulillah sejauh ini cukup baik. Kita yang di Biro Humas ini terutama saya hampir setiap hari berkomunikasi dengan teman-teman media, jadi tau betul apa yang menjadi persoalan, dan kita juga selalu siap ketika teman-teman media membutuhkan sesuatu.

P : Bagaimana media relations Biro Humas dalam menjalin hubungan dengan para wartawan?

J : kita selalu melakukan komunikasi, kordinasi dengan kawan-kawan media itu, kemudian kita juga memberikan informasi-informasi tentang kegiatan-kegiatan Pemprov.

P : contoh kegiatannya apa bang?

J : contohnya itu seperti tadi pagi ada kegiatan gerakan menanam makanan sehat di daerah Kampar yang dihadiri oleh Pak Gubernur, Pak Bupati Kampar juga hadir. Jadi kita menginformasikan kegiatan kepada kawan-kawan media sehari sebelum kegiatan itu dilaksanakan. Setelah itu kita juga membuat *release* yang kemudian kita sampaikan kepada mereka, lalu mereka yang mengembangkan sendiri dengan cara wawancara langsung dengan Pak Gubernur dan Pak Bupati.

P : teman-teman media itu berangkat ke lokasi itu bersama anggota Biro humas atau berangkat sendiri bang?

J : kalau itu tergantung, kita kan di humas ini ada kameramen dan fotografer, nah kita berangkat bersama-sama. Gitu.

P : apakah ada kegiatan khusus dalam menjalin relasi dengan wartawan?

J : ya seperti yang saya katakan sebelumnya, kita ada kegiatan kopi morning, kemudian dulu juga ada kegiatan pelatihan jurnalistik yang kita fasilitasi, kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan ke kelompok-kelompok kawan-kawan wartawan seperti organisasi-organisasi kawan-kawan media seperti PBI, AJI. Jadi semacam ada jalinan komunikasi yang baik.

P : pernah atau tidak mengadakan kegiatan *outdoor* seperti *outbond* bersama teman-teman wartawan sebagai hiburan atau pergi liburan bersama gitu bang?

J : tahun lalu pernah kita lakukan. Namanya *studi banding*, dalam studi banding itu selain melakukan studi untuk mempelajari kegiatan-kegiatan jurnalistik kehumasan, kemudian juga ada kegiatan-kegiatan keakraban bersama kita dengan teman-teman media gitu.

P : lokasi yang dipilih untuk studi banding itu dimana bang?

J : pada tahun itu lokasinya kalau tidak salah di Bandung, Jawa Barat. Karena kita melihat di Bandung itu hubungan humas dengan media itu terjalin baik. Makanya kita ingin belajar seperti apa pola-pola yang telah dilakukan pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Biro Humasnya melakukan format kerjasama dengan media-media setempat.

P : selama ini, apakah susah tidak mengundang para wartawan untuk diajak kerjasama?

J : selagi kita melakukan komunikasi yang baik dengan teman-teman media, selama ini tidak pernah ada hambatan. Alhamdulillah juga sejauh ini hubungan kerjasama kita dengan media-media lokal itu baik. Jadi udah kayak jadi kebutuhan, kawan-kawan butuh informasi dari kita, dan kita juga butuh kawan-kawan media untuk menyebarkan informasi yang telah kita berikan.

P : apakah ada kendala/permasalahan dalam mengundang wartawan dalam waktu peliputan?

J : sejauh ini belum ada yang menjadi kendala, mungkin ya kalau misalnya dihari yang sama dengan peliputan kita, sedangkan wartawan itu ditugaskan ketempat lain oleh kantornya. Mungkin itu aja permasalahannya.

2. Jefri Nardi Rizky, staff Biro Humas. 13 September 2017

P : bagaimana bentuk media relations yang digunakan oleh biro humas provinsi Riau ini bang?

J : bentuk media relations yang digunakan oleh humas provinsi Riau, seperti kita ketahui media itu kan sebagai alat penyampai informasi bagi kita kepada masyarakat sebagai jembatan. Nah kita, bentuk-bentuk media relations itu terkait dengan konfrensi pers, atau kita juga bisa menyampaikannya melalui Press Release ketika kegiatan-kegiatan pimpinan itu diliput oleh teman-teman setiap itu kegiatan pembangunan atau setiap kegiatan yang bersifat penting dan perlu di informasikan kepada masyarakat kita sampaikan dan kita buat *release* nya yang kemudian kita sampaikan kepada pihak media untuk dipublikasikan.

P : selain menjalin komunikasi yang baik dengan media, ada strategi lain tidak dalam menjalin hubungan dengan media?

J : sejauh ini, strategi yang dilakukan selain membangun komunikasi yang baik dengan wartawan, ya kita melihat momen-momen tertentu aja, sesekali kita mengadakan kopi morning dan kita juga membuat forum grup discussions dengan pihak media.

P : melakukan forum grup discussions itu biasanya dimana bang?

J : terakhir di tahun 2016, forum grup discussions itu dilakukan oleh kepala sub bagian pers. Dimana kita mengumpulkan pihak media dan wartawan untuk membangun hubungan yang lebih erat lah. Untuk tempatnya itu tergantung, kemaren itu tempatnya di ruangan rapat, dan ada juga di Hotel Furaya Pekanbaru.

P : kalau kegiatan kopi morning itu kegiatan yang kayak gimana bang?

J : kegiatan kopi morning itu, ya namanya juga udah kopi morning. Berarti ketika pada wartawan berkumpul ya kita ajak seperti diskusikan atau memberikan informasi tentang isu-isu publik yang beredar, itu sekalian kita juga memberikan klarifikasi dan memberikan informasi yang sesungguhnya, dengan cara pendekatan ya mengajak mereka berbicara sambil minum kopi gitu.

P : teknik media relations yang dilakukan Biro Humas ini seperti apa bang?

J : teknik yang digunakan yang pertama ya, ketika kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan itu diliput oleh teman-teman media. Setiap jadwal kegiatan pimpinan itu diinformasikan, Kasubag Hubungan Pers itu kan memiliki grup dengan pihak pers. Jadi jadwal itu disampaikan kepada mereka, tujuannya agar teman-teman itu tau tentang kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan yang kemudian mereka meliput kegiatan tersebut. Setelah mereka meliput kegiatan itu, mereka menulis news, lalu dimuat didalam media mereka masing-masing. Setelah news itu telah mereka buat, maka kami juga melakukan monitoring terhadap berita-berita yang mereka muat di media. Itu kan merupakan sebuah monitoring agar kita tetap memantau tentang isu-isu publik, dan kita juga memantau bagaiman sejauh ini media yang telah berkerjasama dengan kami itu apakah mereka memberitakan informasi setiap kegiatan yang dilakukan pemerintah Provinsi Riau.

P : jenis-jenis media relations yang digunakan Biro Humas ini apa aja bang?

J : setahu saya, pernah ada press tour. Cuma saya kurang mengerti juga apakah itu kegiatan reguler tiap tahun atau gimana. Karena saya tahunya juga baru tahun kemaren adanya press tour, itu juga merupakan sebuah bentuk refreshing lah. Mengajak teman-teman wartawan refrehing atau liburan gitu lah.

P : setahu abang, press tour yang dilakukan oleh Biro Humas ini kemana aja bang?

J : terakhir kalau gak salah saya itu ke Bali, sebelumnya juga ada ke Jogja juga.

P : sebelum teman-teman melakukan peliputan itu, ada tidak melakukan press briefing?

J : sebenarnya kan yang namanya briefing dengan wartawan da kita lakukan di ruangan pers yang ada di kantor ini. Tapi kan ada juga acara yang mendadak gitu ya kondisional aja, kan kalau acara mendadak juga kita gak sempat melakukan briefing.

P : Hubungan Biro Humas Pemprov dengan Wartawan sekarang seperti apa bang?

J : sejauh ini setahu saya hubungan yang dibangun dengan wartawan ya baik. Karena kita sering melakukan monitor di media online, media cetak juga. Kita juga memilih dan disaring betul, mana media yang banyak digunakan oleh masyarakat, dan benar-benar memberitakan informasi tentang pembangunan yang dilakukan oleh Pemprov.

P : Bagaiman media relations Biro humas dalam menjalin hubungan dengan wartawan?

J : menjalin hubungan itukan memiliki keterikatan. Ketika wartawan membutuhkan kita, dan kita membutuhkan wartawan. Wartawan membutuhkan informasi, dan kita membutuhkan wartawan agar informasi kita untuk dipublikasikan. Jadi secara tidak langsung hubungan itu sudah terbangun, cuma disini tergantung bagaimana kita membangun hubungan itu agar lebih akrab dengan wartawan.

P : Biro Humas ada melakukan kegiatan khusus atau tidak dalam menjalin relasi dengan wartawan?

J : kegiatan khususnya itu ya kayak Forum Group Discussions, kemudian press tour. Kan kegiatan khusus itu bisa dibilang kegiatan yang tidak bisa kita lakukan setiap hari. Tapi setidaknya kita melakukan kegiatan itu sekali dalam setahun. Itu salah satu kegiatan khusus lah untuk menjalin relasi dengan mereka. Dengan kegiatan itu kita juga bisa saling terbuka seperti saling curhat bagaimana kekurangan masing-masing gitu.

P : melakukan kegiatan diluar ruang gitu ada tidak bang? Kayak kegiatan outbond gitu?

J : setahu saya, kegiatan outbond itu belum ada dilakukan. Tapi ya mungkin ketika melakukan press tour itu ada kegiatan outbond juga, tapi kan waktu itu saya tidak ikut.

P : selama ini susah tidak mengajak wartawan dalam berkerjasama?

J : selama ini mereka cukup kooperatif, dimana mereka sudah tergabung dalam grup bersama Kasubag Pers di media sosial. Nah, ketika kita sampaikan ada acara contohnya saja tiba-tiba ada acara terkait informasi pembangunan seperti rapat kordinasi atau ada kegiatan lain, pas kita lihat di pers room itu tidak ada orang ya kita koordinasikan melalui grup media sosial, dan nanti mereka akan datang untuk melakukan peliputan. Misalnya juga ada kegiatan di kantor seperti kemarin kan habis lebaran itu kan ada kegiatan Halal bi Halal, nah kita juga mengundang wartawan untuk ikut diacara itu. Saya rasa juga untuk mengajak wartawan dalam kerjasama itu tidak ada kendala ya. Kalaupun ada kendala kecil ya dapat kita selesaikan segera lah.

P : kegiatan Halal bi Halal yang dilakukan dengan wartawan itu seperti apa bang?

J : jadi pas acara halal bi halal itu, ketika teman-teman wartawan ada di pers room ya tinggal kita ajak aja. Untuk undangan secara formal ya tidak ada, kan kegiatannya juga didalam kantor.

P : oke, terimakasih bang.

3. Erick Oktavianda, Kepala Bagian Humas (Kabag Baru), 13 Sept 2017

P : Bagaimana bentuk media relations yang dilakukan oleh biro humas ini pak?

J : bentuk media relations yang digunakan itu ada press realease.

P : apakah dari biro humas juga menulis release sendiri?

J : biasanya ada, kita menulis release sendiri terkait dengan acara-acara penting Pak Gubernur, dan kemudian release itu kita berikan ke wartawan yang kemudian dipublikasikan oleh mereka.

P : Di acara penting itu, apakah Pak Gubernur mengadakan press Conference ga pak?

J : ya pas Beliau ingin press conference kepada wartawan, ya kita adakan.

P : apa strategi media relations yang digunakan biro humas ini pak? Selain menjalin komunikasi yang baik dengan teman-teman wartawan?

J : intinya seperti yang adek bilang tadi ya dengan komunikasi yang baik. Kadang-kadang ya kita mengadakan kunjungan ke kantor-kantor media tersebut. Kadang juga pimpinan media itu juga berkunjung kesini. Kita saling membantu juga dengan mereka, apa mereka minta berita ya kita kasih, atau kita minta publikasikan tentang sesuatu, ya mereka akan publikasikan.

P : teknik media relations yang digunakan biro humas ini apa aja pak?

J : teknik media relations itu ya kita melakukan publikasi dan memberitau ke wartawan bahwa akan ada acara, dan mereka akan segera datang dan meliput berita itu.

P : apakah dari wartawan ada melakukan publisitas?

J : terkadang ada, mereka ada membuat publisitas atau berita mereka sendiri, mereka juga kadang-kadang langsung nanya ke kepala daerah terkait dengan program-program pemerintah.

P : Apa jenis-jenis media relations yang digunakan oleh biro humas ini pak?

J : nah kalau untuk jenis-jenisnya itu saya belum terlalu tau dek, soalnya saya juga masih baru disini.

P : setahu bapak, hubungan biro humas dengan teman-teman wartawan itu seperti apa?

J : sampai saat ini, setahu saya hubungannya itu masih harmonis kok dek.

P : oiya, bapak udah berapa lama menjabat sebagai kepala humas ini?

J : saya menjabat itu sejak tanggal 7 Agustus ini, dan seminggu setelah itu baru saya Sertijab.

P : setahu bapak atau ada laporan dari staff ada tentang kegiatan khusus yang dilakukan untuk menjalin hubungan dengan teman-teman wartawan?

J : untuk kegiatan khusus itu saya kurang tau, tapi ya setiap hari kami menjalin hubungan dengan baik.

P : setahu bapak, apakah susah untuk mengajak wartawan berkerjasama?

J : enggak susah ya, menurut saya mereka itu baik-baik semua ya.

P : oiya pak, setelah Sertijab itu apakah biro humas melakukan sosialisasi atau kunjungan ke media dan mmberitahu bahwa ada pergantian kepala humas?

J : oh itu pasti dek, setelah Sertijab itu kami melakukan kunjungan ke kantor-kantor media itu.

P : oke pak, sekian. Terimakasih untuk waktunya.

4. Andre Zaki, Wartawan Pekanbaru Pos. 13 Sept 2017.

P : Bagaimana teman-teman wartawan dalam menjalin hubungan atau relasi dengan Biro humas bang?

J : kalau kita di Humas ini sebagai publikasi untuk kinerja pemerintahan. Apa aja kegiatan di pemerintahan Pemprov Riau ini, kita yang membantu mempublikasikannya. Hubungan kita hanya sebagai pekerja media yang mempublikasikan kegiatan-kegiatan pemerintah.

P : apakah ada kegiatan khusus yang dilaksanakan oleh Biro humas dalam menjalin hubungan dengan teman-teman wartawan?

J : kalau untuk kegiatan khusus dari Biro humas, saya rasa tidak ada yang khusus ya, karena humas ini untuk ruang penyedia informasi bagi masyarakat, dan untuk kitanya memberikan informasi kegiatan aja.

P : dari Biro humas ini pernah mengadakan media gathering gak bang?

J : Biasanya ya kayak konferensi pers gitu ada, tapi untuk media gathering itu jarang.

P : biasanya sebelum mengadakan peliputan itu, biro humas ada mengadakan briefing gak dengan teman-teman wartawan?

J : ya kadang ada, kadang engga ada juga. Itu kondisional aja, soalnya kita cuma dikasi informasi aja. Misalkan disini ada kegiatan terkait dengan lokasinya, dan waktunya kapan. Biasanya kayak gitu.

P : ketika ada kegiatan di luar kota gitu, apa teman-teman wartawan berangkat bersama dengan biro humas bang?

J : sebagian ada juga, tapi misalnya untuk acara luar kota itu dari media kita udah wartawannya yang di luar kota jadi udah ada birokrasinya gitu.

P : bagaimana atau dengan cara apa Biro humas ini memberikan informasi kepada teman-teman wartawan?

J : biasanya dari media sosial. Kan kita juga udah terhubung, ya udah ada grupnya.

P : untuk mendapat informasi, apakah teman-teman wartawan langsung datang ke kantor biro humas atau melihat dari web biro humas bang?

J : kalau kita yang ada di lingkungan, ya kita dapat informasi langsung dari humas itu sendiri. Kalau dari web itu, kadang kita yang memberikan informasi kepada humas.

P : apakah biro humas sulit untuk memberikan informasi kepada teman-teman wartawan?

J : kalau untuk kita disini engga, mereka terbuka terkait dengan pemberitaan tentang kegiatan-kegiatan pemerintahan diberitahu kepada kita.

P : apakah pihak biro humas pernah melakukan klarifikasi terkait dengan berita yang dipublikasi oleh teman-teman wartawan?

J : terkadang ada, humas melakukan klarifikasi ketika berita itu tu engga sesuai dengan informasi yang diberikan. Jadi ya cuma itu aja.

P : menurut abang, apakah sulit menjalin kerjasama dengan biro humas?

J : untuk menjalin hubungan kerja itu kayak udah ada bagian-bagiannya. Misalkan wartawan yang kerjasama dengan Pemkot beda dengan wartawan Pemprov. Jadi kita sebagai wartawan ya istilahnya ya punya batasan atau punya lisensi lah.

P : okee bang. Terimakasih atas waktunya.

5 . Nuriamin. Wartawan Cakaplah.com. 13 Sept 2017.

P : Bagaimana teman-teman wartawan menjalin hubungan dengan biro humas ini bang?

J : kalau hubungan selama ini terjalin baik ya, dan untuk koordinasi kan biasanya kayak peliputan itu di informasikan dari humas ke wartawan melalui pesan singkat *whatsapp* biasanya.

P : bagaimana cara biro humas memberikan informasi ke wartawan?

J : ya seperti yang saya bilang tadi melalui pesan *whatsapp*. Wartawan dan humas itu kita punya grupnya sendiri. Jadi humas hanya memberikan informasi, misalkan menanyakan tentang kegiatan Pak Gubernur gitu.

P : pernah tidak pihak biro humas mengadakan media gathering dengan teman-teman wartawan?

J : ada, sesekali. Tapi untuk ngumpul, sharing itu sering. Kalau untuk ngumpul yang teragendakan khusus itu ada setahun itu kayak dua kali.

P : menurut abang, apakah biro humas sulit memberi informasi kepada teman-teman wartawan?

J : sejauh ini engga ada, mereka terbuka dalam memberikan informasi kepada kita. Mereka juga kayak *welcome* dalam memberikan informasi tentang kegiatan dan keberadaan Pak Gubernur.

P : apakah Biro humas sering melakukan klarifikasi terhadap pemberitaan teman-teman wartawan?

J : ada, tapi ya cuma jarang lah. Ketika pemberitaannya itu kayak *hoax* itu ya ada, tapi kalau tentang kesalahan penulisan itu masih bisa dimaklumi gitu.

P : biasanya teman-teman wartawan mencari berita atau informasi itu melihat dari web atau dari mana bang?

J : kalau kita nyari pemberitaan itu ya dari agenda itu tadi, yang udah di informasikan kepada kita. Nah itu yang kita langsung turun ke lapangan meliput.

P : dari biro humas, ada memberikan fasilitas tidak kepada teman-teman wartawan ini bang?

J : kita cuma disediakan ruangan kayak di kantor gini sama kalau ada peliputan juga kita diajak pergi bareng.

P : oke. Sekian. Terimakasih bang.

6. Erisman Yahya. Kepala Bagian Humas (Kabag Lama). 14 Sept 2017.

P : bagaimana bentuk media relations dari biro humas ini bang?

J : bentuk media relations itu kita menggunakan press release, misalkan Pak Gubernur ada kegiatan. Nah kegiatan itu kita udah kita buat release nya. Namanya itu release pendahuluan. Pas setelah acara itu nanti ada lagi release nya. Isi releasenya itu ada foto dan beritanya.

P : apa strategi media relation yang dilakukan biro humas selain menjalin komunikasi yang baik dengan wartawan?

J : ya ada, kita mengadakan kopi morning. Atau bincang-bincang ringan, misalkan Pak Gubernur ada waktu, dan teman-teman wartawan dapat kita kumpulkan, itu biasanya kita melakukan bincang-bincang ringan.

P : teknik media relations yang digunakan oleh biro humas ini apa aja bang?

J : kita melakukan publikasi, misalkan Gubernur Riau mendapatkan penghargaan WTP, dan besok penghargaan itu mau diberikan. Nah itu langsung kita publikasikan, dan setelah pemberian penghargaan itu kita tetap meberikan publikasi sekalian dengan respon dari Pak Gubernur itu sendiri.

P : kalau dari publisitas, pernah atau tidak biro humas mendapatkan publisitas yang negatif dari wartawan? Kalau ada, acara klarifikasinya itu bagaimana bang?

J : itu pasti ada. Jadi cara klarifikasinya kalau masa jabatan saya dulu, saya selalu sampaikan kepada kawan-kawan itu untuk selalu bersikap objektif, dan tidak subjektif. Kita juga tidak minta dibela, tapi kita ingin pemberitaan itu objektif aja. Kadang-kadang hanya karena informasi yang *miss communication* aja atau ada informasi-informasi yang tidak sampai dengan baik kepada media, terus mereka membuat berita seenaknya aja dan juga tanpa mengkonfirmasi berita itu ke kita. Kalau ada berita buruk itu naik ke media, biasanya di media online, kita minta segera konfirmasi ke kita, sehingga kita juga bisa memberikan penjelasan. Contohnya itu kayak kemarin, Pak Gubernur menggunakan Helikopter dalam rangka memantau titik-titik api, dan juga bertepatan dalam waktu itu juga Pak Gubernur ingin melakukan kunjungan ke Kabupaten menghadiri suatu acara. Tiba-tiba media memberitakan bahwa Pak Gubernur menggunakan helikopter hanya untuk menghadiri acara itu, jadi seolah-olah Gubernur menggunakan helikopter itu hanya untuk menghadiri acara itu dan tidak menggunakan helikopter untuk memantau titik-titik api. Melihat berita itu, kami langsung memberikan klarifikasi yang sebenarnya kalau Gubernur menggunakan helikopter itu memang untuk memantau titik api dan searah dengan jalur itu pak Gubernur sekalian menghadiri undangan di acara kabupaten itu. Jadi tidak semata-mata Pak gubernur menggunakan helikopter itu untuk menghadiri acara itu.

P : jenis-jenis media relations yang digunakan biro humas ini apa aja bang?

J : sewaktu saya menjadi kabag humas, saya melakukan press tour, dengan silaturahmi ke kantor-kantor media, baik itu media cetak atau juga media online.

P : biasanya sebelum melakukan peliputan, dari biro humas ada melakukan press briefing tidak dengan teman-teman wartawan?

J : jadi, biasanya setiap wartawan itu kan udah ada posko-poskonya, wartawan di Pemprov udah ada poskonya, wartawan di DPRD ujug udah ada poskonya. Di Walikota gitu juga, sebenarnya setiap acara itu kita udah saling mengerti aja, soalnya udah sering sama kita juga. Kecuali kita bertemu dengan wartawan yang baru, mungkin itu perlu kit adakan briefing-briefing. Tapi kalau sekarang itu enggak, kan sudah sering sama-sama kita, dan sudah berkawan juga setiap hari kapan ada acara ya mereka ada. Paling yang kita sampaikan ya kayak poin-poinnya aja kita sampaikan di grup WA. Contoh, kayak misalkan kita ada acara kalau mau meliput kita di Hotel ini, dan kalau ada acara luar kota juga kita infokan titik kumpulnya disini, kalau mau berangkat sama-sama kita naik mobil ini. Ya kayak gitu aja.

P : hubungan biro humas dengan wartawan itu kayak gimana bang?

J : sejauh ini kalau abang lihat ya baik-baik aja. Tapi ya dengan media cetak agak gimana ya, kan sekarang media cetak itu udah mulai goyang dengan adanya media online ini. Itu kan juga berpengaruh dengan masyarakat saat ini yang lebih dominan memilih media online juga.

P : apakah ada kegiatan khusus yang dilakukan biro humas untuk menjalin relasi dengan teman-teman wartawan?

J : yaa paling ngopi santai. Kalau misalkan udah selesai meliput acara gitu ya kita ajak mereka ngopi diluar sambil cerita-cerita. Itu lah yang dilakukan untuk mempererat silaturahmi dengan teman-teman wartawan tu.

P : pernah mengadakan studi banding tidak dengan teman-teman wartawan bang?

J : ya dulu pernah ada, sebelum masa jabatan saya, kayak studi banding ke Pemprov DKI, Pemprov Jawa Barat. Tapi selama jabatan saya kemarin belum ada, kan masa jabatan saya juga sebetar.

P : apakah selama ini susah tidak mengajak teman-teman wartawan diajak kerjasama bang?

J : abang rasa engga susah, kan kita selain udah kenal juga, kita juga berkomunikasi dengan mereka juga mudah dengan adanya grup di WA itu tadi. Jadi kalau ada acara kita tinggal masukkan aja ke grup itu.

P : apakah setiap wartawan itu punya lisensi tersendiri bang?

J : iya seperti yang abang bilang tadi, wartawan Pemprov itu poskonya di pemprov, yang di Walikota gitu juga, jadi enggak bisa sembarangan gitu meliput berita. Biasanya wartawan itu melakukan roling, dan itu mereka menyertakan surat perintah baru untuk memberi tahu bahwa ada pergantian wartawan.

P : oke, terimakasih bang atas waktunya.

