

**Strategi *Media Relations* Humas Pemda DIY dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh**

**RATNAMELLIA SHINTA KUMARALALITYA**

**18321113**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2022**

# SKRIPSI

## Strategi *Media Relations* Humas Pemda DIY dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta

Disusun Oleh

**RATNAMELLIA SHINTA KUMARALALITYA**

**18321113**

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim  
penguji skripsi

Tanggal: 9 Januari 2022

Dosen Pembimbing Skripsi,



**Dr. Subhan Afifi, S.Sos., M.Si**

**NIDN. 0528097401**

## SKRIPSI

### **Strategi *Media Relations* Humas Pemda DIY dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Disusun Oleh

**RATNAMELLIA SHINTA KUMARALALITYA**

**18321113**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 17 Februari 2022

Dewan Penguji :

1. Ketua: Dr. Subhan Afifi, S.Sos., M.Si  
NIDN: 0528097401

()

2. Anggota: Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., M.A  
NIDN: 0520058402

()

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



**Puji Harivanti, S.Sos., M.I.Kom**

**NIDN: 0529098201**

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Ratnamellia Shinta Kumaralalitya**

Nomor Mahasiswa : **18321113**

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama mengerjakan skripsi ini saya tidak melakukan tindak 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 di kemudian 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 ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 9 Januari 2022

Yang menyatakan,



Ratnamellia Shinta Kumaralalitya

18321113



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
SEKRETARIAT DAERAH

ꦥꦺꦩꦺꦫꦶꦠꦠꦤ꧀ꦢꦶꦫꦺꦴꦩꦸꦩꦠꦸꦁꦠꦶꦩꦺꦴꦩꦠꦸꦁꦠꦶꦩꦺꦴꦩ

Kepatihan Danurejan Yogyakarta Telepon (0274) 562811 Faksimile  
(0274)588613 Website : jogjaprovo.go.id Email : santel@jogjaprovo.go.id

Nomor : 026/00153  
Hal : **Keterangan Telah Melakukan Penelitian/Projek Tugas Akhir**

Kepada Yth.  
**Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)**  
**Universitas Islam Indonesia**  
di tempat

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ditya Nanaryo Aji, S.H. M.Ec.Dev  
Instansi : Biro Umum, Humas dan Protokol Setda DIY  
Jabatan : Kepala Bagian Humas, Biro Umum, Humas dan Protokol Setda DIY

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian/projek tugas akhir di instansi kami selama 1 bulan, dari 01 Oktober 2021 hingga 30 Oktober 2021

Nama : Ratnamellia Shinta Kumaralalitya  
Nomor Mahasiswa : 18321113  
Prodi./Fak./Univ. : Program Studi Ilmu Komunikasi/Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial  
Budaya/Universitas Islam Indonesia  
Dosen Pembimbing : Dr. Subhan Afifi, S.Sos., M.Si  
Judul Skripsi :  
**"Strategi Media Relations Humas Pemda DIY dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta"**

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas kerjasama dan perkenan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 10 Januari 2022  
Kepala Bagian Humas  
Biro Umum, Humas dan Protokol Setda Diy



**DITYA NANARYO AJI, S.H. M.Ec.Dev**  
**NIP.19820926 200604 1 006**

## **Motto**

“Sesungguhnya sesudah ada kesulitan ada kemudahan”

(QS Al-Inshirah:6)

### **Persembahan**

Karya ini saya persembahkan kepada :

Kedua Orang Tua

**Mama dan Papa**

**Indah Surya Ratnaningsih Vaula, S.H. dan Noor Hamidan Latief, S.E.**

Saudaraku

**Ratnakaylla Rizky Azzahra**

Terimakasih atas segala dukungan dan doa yang diberikan sehingga dapat selalu memotivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi *Media Relations* Humas Pemda DIY dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Shalawat serta salam saya selaku penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Saya sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi ini. Saya ucapkan terimakasih atas bantuan, doa, serta dukungan dan bimbingan dari keluarga, para Dosen, teman-teman, dan orang-orang terdekat yang telah diberikan kepada saya. Sekali lagi saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Indah Surya Ratnaningsih Vaula dan Noor Hamidan Latief selaku orang tua yang telah selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
2. Bapak Dr. H. Fuad Nashori, S. Psi., M.Si., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya.
3. Ibu Mira Aliza Rachmawati, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya.
4. Ibu Dr. Phill. Emi Zulaifah, Dra., M.Sc. selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya.
5. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Dr. Subhan Afifi, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini dari awal hingga akhir.
7. Bapak Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., M.A selaku Dosen Penguji.
8. Mas Yudi Winarto selaku Staf Akademik Prodi Ilmu Komunikasi.
9. Bapak Ditya Nanaryo Aji, S.H. M.Ec.Dev selaku Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Humas Pemda DIY yang telah bersedia menjadi narasumber penelitian penulis sehingga penulis dapat mengumpulkan data sesuai data yang diperlukan.

10. Bapak Pujo Sumedi selaku Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi, Media Massa Humas Pemda DIY yang telah bersedia menjadi narasumber penelitian penulis sehingga penulis dapat mengumpulkan data sesuai data yang diperlukan.
11. Ibu Vinia Rizqi Primawati selaku Analis Media Humas Pemda DIY yang telah bersedia menjadi narasumber penelitian penulis sehingga penulis dapat mengumpulkan data sesuai data yang diperlukan.
12. Mbak Wardha Ayu Andriyuni selaku Admin Media Sosial Humas Pemda DIY yang telah bersedia menjadi narasumber penelitian penulis sehingga penulis dapat mengumpulkan data sesuai data yang diperlukan.
13. Ratnamellia Shinta Kumaralalitya, selaku penulis yang sudah selalu bersemangat dalam mengerjakan skripsi.
14. Novita Sari, selaku teman dekat kuliah yang selalu membantu serta memberikan saran dalam proses pengerjaan skripsi.
15. Seluruh pihak-pihak keluarga beserta teman-teman yang telah selalu mendoakan dan mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.

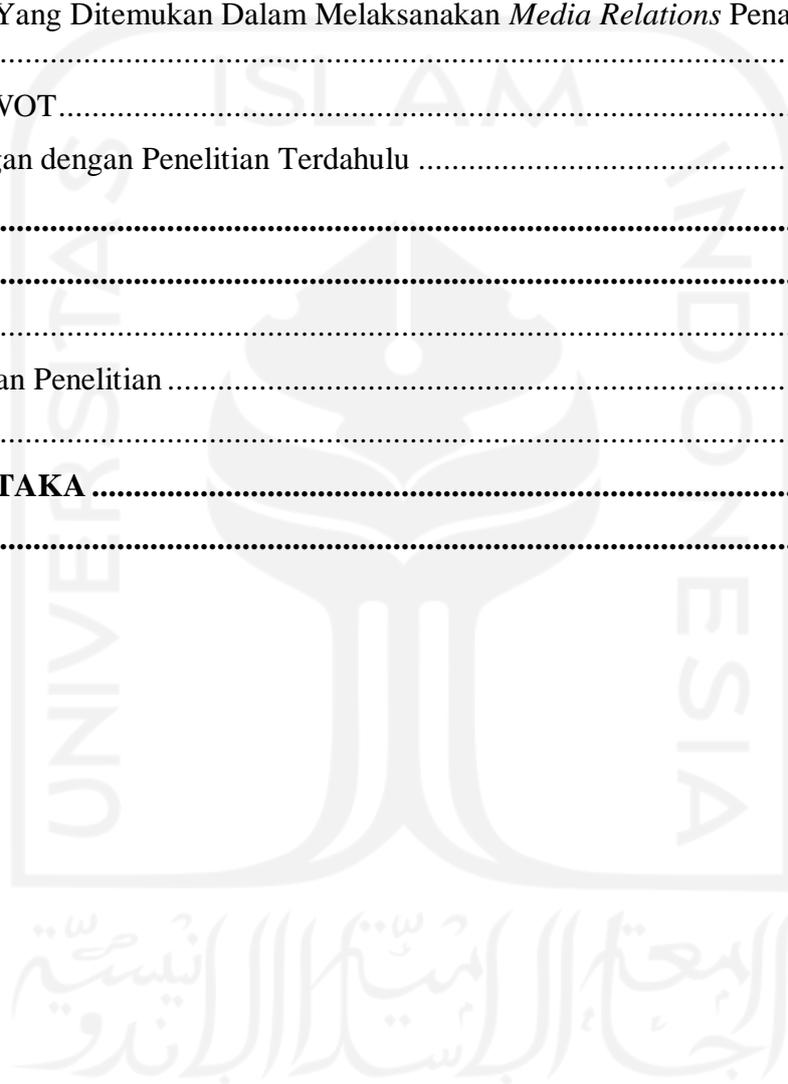


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN BUKTI MELAKUKAN PENELITIAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>16</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>16</b>
A. Latar Belakang.....	16
B. Rumusan Masalah.....	20
C. Tujuan Penelitian .....	21
D. Manfaat Penelitian .....	21
E. Tinjauan Pustaka.....	22
1. Penelitian Terdahulu .....	22
2. Kerangka Teori.....	26
a. Pengertian Strategi .....	26
b. <i>Media Relations</i> .....	26
c. Media Massa .....	30
d. Media Sosial .....	31
e. Humas Pemerintah .....	32
f. Analisis SWOT.....	35
F. Metode Penelitian.....	36
1. Paradigma dan Jenis Penelitian .....	36
2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	36
3. Narasumber Penelitian .....	37
G. Teknik Pengumpulan Data .....	37

1. Observasi.....	37
2. Wawancara.....	38
3. Dokumentasi.....	39
H. Tahap Penelitian .....	39
1. Menentukan Objek Penelitian .....	39
2. Observasi.....	39
3. Wawancara.....	40
I. Analisis Data.....	40
<b>BAB II.....</b>	<b>422</b>
<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>422</b>
A. Visi dan Misi Humas Pemda DIY .....	422
B. Fungsi Humas Pemda DIY .....	433
C. Gambaran Tugas Pokok Divisi Humas Pemda DIY .....	444
D. Struktur Organisasi Humas Pemda DIY .....	455
E. Gambaran Umum Aktivitas Humas Pemda DIY .....	466
F. Profil Narasumber .....	46
<b>BAB III .....</b>	<b>48</b>
<b>TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Temuan Penelitian .....	48
1. Peran Aktvitas <i>Media Relations</i> Humas Pemda DIY .....	48
a. Memberikan Informasi Program Kebijakan .....	48
b. Edukasi Publik Untuk Mencegah Berita <i>Hoax</i> .....	48
c. Memberikan Informasi dan Data Secara Transparan .....	49
2. Strategi <i>Media Relations</i> Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	49
a. Perencanaan Strategi Berbasis Satgas Covid-19.....	49
b. Mengembangkan Perencanaan Strategi Berbasis Satgas Covid-19 .....	50
c. Mengelola Isu Untuk Mengembalikan Kepercayaan Publik .....	66
d. Strategi Mengelola Isu Aktual Seputar Covid-19 Berbasis Data.....	68
e. Mengembangkan Media Center .....	68
3. Tahapan Pelaksanaan Strategi <i>Media Relations</i> Penanganan Kasus Covid-19 .....	788
a. Memperoleh Sumber Data .....	788
b. Mempublikasikan Data Harian .....	799
4. Evaluasi <i>Media Relations</i> Humas Pemda DIY.....	799
a. Sistem Evaluasi .....	799

b. Jangka Waktu Evaluasi .....	80
c. Laporan Dalam Evaluasi.....	81
d. Hambatan atau Kendala <i>Media Relations</i> .....	81
e. Humas Pemda DIY Dalam Mengatasi Hambatan atau Kendala <i>Media Relations</i> .....	82
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>83</b>
1. Pentingnya Aktivitas <i>Media Relations</i> .....	83
2. Strategi <i>Media Relations</i> Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19 ....	855
3. Hambatan Yang Ditemukan Dalam Melaksanakan <i>Media Relations</i> Penanganan Kasus Covid-19 .....	89
4. Analisis SWOT.....	90
5. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu .....	91
<b>BAB IV .....</b>	<b>96</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
A. Simpulan .....	96
B. Keterbatasan Penelitian .....	97
C. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Peningkatan Kasus Covid- 19 di Daerah Istimewa Yogyakarta .....	17
Gambar 2.1 Kantor Humas Pemda DIY (Biro Umum Humas dan Protokol) .....	44
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Humas Pemda DIY .....	45
Gambar 3.1 Konten Media Sosial Instagram.....	52
Gambar 3.2 Konten Media Sosial Instagram.....	53
Gambar 3.3 Gambar Konten Media Sosial Youtube .....	54
Gambar 3.4 Konten Media Sosial Youtube.....	55
Gambar 3.5 Konten Media Sosial Twitter.....	56
Gambar 3.6 Konten Media Sosial Twitter.....	57
Gambar 3.7 Konten Media Sosial Facebook .....	58
Gambar 3.8 Konten Media Sosial Facebook .....	59
Gambar 3.9 Contoh Berita di Media Cetak .....	60
Gambar 3.10 Contoh Berita di Media Cetak .....	61
Gambar 3.11 Contoh Berita di Media Cetak .....	62
Gambar 3.12 Contoh Berita di Media Cetak .....	63
Gambar 3.13 Contoh Press Release .....	70
Gambar 3.14 Contoh Press Release .....	71
Gambar 3.15 Contoh Press Release .....	72
Gambar 3.16 Contoh Press Release .....	73
Gambar 3.17 Berita Penanganan Kasus Covid-19 di Media .....	74
Gambar 3.18 Berita Penanganan Kasus Covid-19 di Media .....	75
Gambar 3.19 Berita Penanganan Kasus Covid-19 di Media .....	76
Gambar 3.20 Dokumentasi Press Conference .....	777
Gambar 3.21 Dokumentasi Press Conference .....	788
Gambar 3.22 Dokumentasi Press Conference .....	788

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Penelitian .....	37
Tabel 1.2 Daftar Narasumber Penelitian .....	37
Tabel 3.1 Daftar Rekanan Media .....	65



## Abstrak

**Kumaralalitya, R. S. 18321113 (2022). Strategi Media Relations Humas Pemda DIY dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.**

Sepanjang tahun 2020 hingga saat ini dunia telah terserang oleh suatu wabah yaitu virus Covid-19. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah yang memiliki kasus Covid-19 cukup banyak. Dalam situasi pandemi Covid-19 seperti saat ini, banyak sekali berita *hoax* atau informasi di media yang dapat membuat masyarakat cemas. Berdasarkan dari beberapa siaran, berita tersebut dapat memecah publik.

Tujuan penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui strategi *media relations* Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta. Paradigma dari penelitian ini adalah konstruktivisme menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi kasus. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan beberapa narasumber yang sesuai pada bidangnya beserta observasi yang dilakukan oleh peneliti. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang ditemukan yaitu peran Humas Pemda DIY dalam aktivitas *media relations* adalah memberikan informasi program kebijakan, memberikan edukasi publik untuk mencegah berita *hoax*, serta memberikan informasi dan data secara transparan. Sedangkan strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 yaitu terdiri dari 1) perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19, 2) mengembangkan strategi berbasis Satgas Covid-19, 3) mengelola isu untuk mengembalikan kepercayaan publik, 4) strategi mengelola isu aktual seputar Covid-19 berbasis data dan 5) mengembangkan media center. Dalam kegiatan publikasi berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19, Humas Pemda DIY lebih memfokuskan pada media sosial meskipun tetap menggunakan media massa maupun media konvensional.

Proses dari strategi *media relations* dalam penanganan kasus Covid-19 tersebut melalui dua tahapan yaitu memperoleh sumber data dari Dinas Kesehatan dan mempublikasikan data harian di media. Setelah melakukan beberapa strategi tersebut Humas Pemda DIY ada kegiatan evaluasi termasuk evaluasi untuk mengatasi hambatan selama pelaksanaan *media relations*. Kegiatan evaluasi humas dilakukan dengan koordinasi terkait isu-isu yang beredar.

**Kata Kunci : *Media Relations*, Humas Pemda DIY, Penanganan Kasus Covid-19.**

## Abstract

**Kumaralalitya, R. S.. 18321113 (2022). *Media Relations Strategy of DIY Government Public Relations in Handling Covid-19 Cases in the Special Region of Yogyakarta. Bachelor Final Year Project. Department of Communication, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.***

*Throughout 2020 until now the world has been attacked by an pandemic, namely the Covid-19 virus. The Special Region of Yogyakarta is an area that has quite a lot of Covid-19 cases. In the current situation of the Covid-19 pandemic, there is a lot of hoax news or information in the media that can make people anxious. According to some news broadcasts, the news can divide the public.*

*The purpose of this study was to determine the media relations strategy of the DIY Regional Government Public Relations in handling Covid-19 cases in the Special Region of Yogyakarta. The paradigm of this research is constructivism using qualitative method with case study type. This research data collection was carried out through in depth interviews with several sources along with observations made by researches. Data analysis used in this study includes data reduction, data presentation and conclusion drawing.*

*The results of the research found that the role of the DIY Regional Government Public Relations in media relations activities was to provide information on policy programs, provide public education to prevent hoax news, and provide information and data transparently. Meanwhile, the media relations strategy carried out by the DIY Regional Government Public Relations in handling the Covid-19 case consisted of 1) planning a strategy based on the Covid-19 Task Force, 2) developing a strategy based on the Covid-19 Task Force, 3) managing issues to restore public trust, 4) strategy managing actual issues around Covid-19 based on data and 5) developing a media center. In activities related to handling Covid-19 cases, the DIY Regional Government Public Relations is more focused on social media although it still uses mass media and conventional media.*

*The process of the media relations strategy in handling the Covid-19 case went through two stages, namely obtaining data sources from the Health Office and publishing daily data in the media. After carrying out some of these strategies, there is an evaluation of the DIY Regional Government Public Relations to overcome obstacles during the implementation of media relations. Public Relations evaluation activities are carried out in coordination with outstanding issues.*

**Keyword :Media Relations, Public Relations of the DIY Regional Government, Handling Covid-19 Cases.**

# BAB I

## PENDAHULUAN

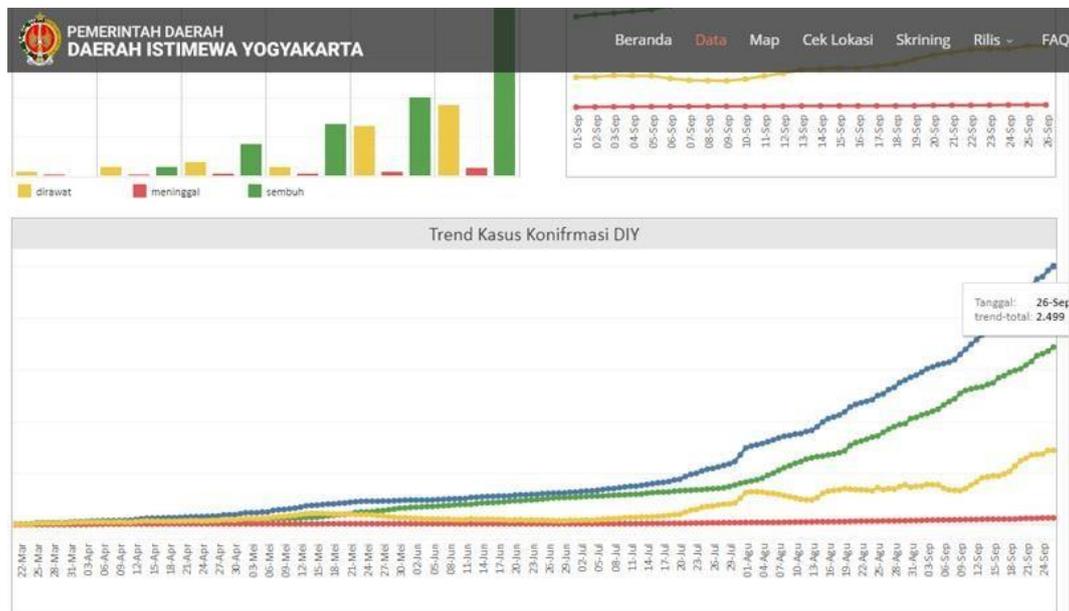
### A. Latar Belakang

Sepanjang tahun 2020 hingga saat ini dunia telah terserang oleh suatu wabah yaitu virus Covid-19. Covid-19 merupakan virus menular yang berawal dari Wuhan, Cina mulai pada bulan Desember 2019 yang meluas ke seluruh dunia pada Maret 2020. WHO Indonesia (2020) menyatakan bahwa Covid-19 menjadi pandemi di semua negara. Virus tersebut sangat mudah menular dan dapat mengakibatkan kematian. Sehingga pada mulai Maret 2020 dinyatakan adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan seluruh masyarakat di dunia untuk menunda atau meminimalisir kegiatan yang berada di luar rumah untuk menurunkan kasus penularan virus Covid-19. Untuk meminimalisir kegiatan yang berada di luar rumah, pada kenyataannya masih kurang maksimal untuk menghindari virus Covid-19.

Beberapa negara telah menetapkan prosedur *lock down* atau menutup suatu daerah dengan tujuan membatasi perjalanan dalam suatu perbatasan atau memberlakukan kebijakan karantina wilayah. Kebijakan tersebut telah berlaku di berbagai daerah atau negara. Seperti di negara Malaysia, China, dan Italia yang pada awal munculnya Covid-19 telah mengambil keputusan kebijakan *lock down* atau karantina wilayah agar tidak ada warga negara lain yang berkunjung ke negara tersebut. Serta kebijakan Pemerintah berhubungan pencegahan Covid-19 yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) telah dilakukan meskipun hal tersebut masih kurang diaplikasikan oleh masyarakat untuk memberhentikan penyebaran virus Covid-19.

Pada dasarnya, suatu kondisi krisis bisa diamati melalui beberapa peristiwa yang telah dialami oleh organisasi yang pada saat itu suatu organisasi sedang mengalami kondisi yang sedang kurang konstan yang dapat menimbulkan efek yang tidak diinginkan. Berhubungan dengan itu, berbagai tindakan telah dilakukan oleh Humas Pemda DIY untuk mengatasi peningkatan angka kasus Covid-19 di DIY, salah satunya yaitu dengan memperpanjang status Tanggap Darurat Bencana Covid-19. Dengan adanya hal tersebut dapat berdampak pada kegiatan humas dalam persiapan beberapa kegiatan *media relations*. Beberapa kegiatan *media relations* terpaksa harus dilaksanakan secara daring. Untuk itu peran humas di masa pandemi sangat dibutuhkan agar citra yang baik dari organisasi tetap dipandang oleh masyarakat. Berhubungan dengan penanganan yang telah dilakukan oleh Humas Pemda DIY, sangat

dibutuhkan komunikasi yang baik antara humas dengan publik supaya pesan yang disampaikan oleh Pemerintah berhasil terealisasi secara maksimal oleh masyarakat. Karena jika tidak terjalannya komunikasi yang baik, maka akan berakibat negatif seperti berkurangnya kepercayaan masyarakat yang dapat menurunkan citra organisasi yang dikhawatirkan dapat menghadirkan permasalahan dikarenakan penyiaran berita di media massa yang tidak sesuai.



Gambar 1.1 Data Peningkatan Kasus Covid- 19 di Daerah Istimewa Yogyakarta

Data peningkatan kasus Covid-19 DIY di atas menunjukkan bahwa DIY sangat membutuhkan peran humas untuk dapat menangani krisis yang dapat dilakukan melalui kegiatan *media relations*. Keadaan krisis tentunya berdampak yang cukup besar yang berasal dari masyarakat terhadap organisasi contohnya seperti penyusutan kepercayaan dari masyarakat yang dapat berdampak buruk bagi nama baik organisasi. Sehingga melalui peraturan kehumasan, pandemi seperti saat ini dianggap suatu krisis yang dialami oleh lembaga dan harus ditangani sebaik dan semaksimal mungkin. Seorang PR atau humas harus dapat mengontrol keadaan pandemi sesuai situasi saat ini dapat mengambil langkah dengan membuat perencanaan komunikasi dengan menyediakan informasi yang akurat, jelas dan bisa dipertanggung jawabkan. Dalam menyampaikan informasi seorang PR atau Humas harus bisa mengatur strategi dengan efektif, kreatif dan inovatif terhadap konten terkait dengan penyampaian informasi di media.

Terdapat contoh permasalahan yang menjadi penilaian masyarakat terhadap humas pemerintah Indonesia menurut Triwibowo (2020) yaitu informasi yang disiarkan melalui media

massa terkait dengan informasi Covid-19 menjadi siaran berita yang dapat memecah publik. Hal tersebut menunjukkan bahwa humas pemerintah harus memperbaiki komunikasi di situasi krisis seperti saat ini. Sedangkan Nurjanah (2020) menanggapi terkait dengan kurang maksimalnya komunikasi krisis yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dikarenakan pemerintah kurang maksimal dalam memberikan informasi berhubungan dengan adanya Covid-19, sehingga banyak asumsi masyarakat yang kurang baik terhadap pemerintah. Sehingga dari asumsi masyarakat yang kurang baik kepada pemerintah dapat disimpulkan bahwa pemerintah terutama Humas masih kurang maksimal dalam memanfaatkan media untuk menyalurkan informasi dari pemerintah kepada masyarakat.

Contoh permasalahan lain yang menjadi penilaian masyarakat terhadap humas pemerintah di Indonesia menurut Junaedi *et al* (2020:13) yaitu terdapat beberapa hal yang kurang maksimal terkait dengan strategi yang dilakukan pemerintah di masa pandemi Covid-19. Hal tersebut meliputi informasi yang kurang jelas. Hal tersebut dibuktikan ketika perbincangan dengan publik mayoritas justru berdebat dengan kata yang kurang tepat meliputi membedakan antara kata mudik dan pulang kampung, membedakan kata *lockdown*, PSBB dengan karantina wilayah hingga ketika Presiden menginformasikan jika masyarakat harus hidup berdampingan dengan Covid-19. Dari hal tersebut mengakibatkan inti penanganan krisis pandemi kurang tersampaikan untuk masyarakat.

Kemudian informasi yang disampaikan oleh humas pemerintah masih kurang terbuka. Hal tersebut dibuktikan dengan pengakuan dari Presiden Jokowi jika pemerintah menyimpan informasi yang dapat membuat masyarakat cemas, namun hal tersebut sesungguhnya bertujuan untuk mengurangi tingkat kecemasan masyarakat dengan adanya virus Covid-19. Begitu juga dengan adanya informasi yang kurang terbuka dikhawatirkan akan mengakibatkan kecurigaan dari masyarakat, meskipun terdapat beberapa informasi yang tidak bisa disampaikan kepada masyarakat. Begitu juga dengan adanya ketidaktetapan informasi yang disampaikan oleh pemerintah. Hal tersebut dibuktikan dengan beberapa informasi yang telah disampaikan simpang siur kejelasannya. Hal tersebut dapat dijadikan koreksi bagi humas pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Sehingga dari permasalahan tersebut humas pemerintah dapat meluruskan beberapa hal terkait dengan beberapa kebijakan tersebut melalui kegiatan *media relations*.

Dalam situasi krisis saat ini sangat dibutuhkan peran *Public Relations* yang dapat bertindak untuk mengatasi masalah. *Public Relations* sendiri mempunyai peran yang cukup

berpengaruh dalam membuat berita yang positif untuk meminimalisir adanya *hoax* di sosial media maupun media lainnya ketika sedang berhadapan dengan situasi dan keadaan krisis sebagaimana pandemi Covid-19 saat ini. Untuk itu PR memiliki suatu langkah dengan melaksanakan kegiatan *media relations* yang harus dijalankan secara maksimal untuk mempertahankan citra yang baik dari masyarakat. Covid-19 dapat memunculkan beragam kebijakan publik yang dilakukan oleh pemerintah dengan bermacam-macam konten kebijakan.

Komunikasi yang dilakukan oleh humas atau PR pada situasi seperti saat ini digunakan untuk memberi pemahaman kepada masyarakat terkait dengan keadaan sesungguhnya beserta dengan penjelasan usaha-usaha yang telah dilakukan oleh humas suatu organisasi untuk lekas menangani keadaan darurat yang sebisa mungkin tidak memicu adanya kerugian yang besar bagi masyarakat dan organisasi. Sehingga organisasi tetap memiliki citra yang positif dari masyarakat dengan usaha yang telah dilakukan oleh organisasi berhubungan dengan penanganan kondisi yang sedang darurat. Agar komunikasi yang dilakukan oleh humas dapat mencapai tujuan, maka dibutuhkan kerjasama yang baik oleh antar anggota organisasi seperti menyampaikan informasi kepada masyarakat berasal dari sumber yang sama dan akurat agar masyarakat sebagai penerima pesan lebih responsif terhadap keadaan krisis.

Berhubungan dengan penanganan humas pemerintah terkait dengan Covid-19, menurut Diskominfo (2020) Humas Pemda DIY sendiri telah mendapat pujian dari Presiden Jokowi karena melakukan penanganan kasus Covid-19 dengan baik. Pada saat itu DIY sendiri berdampingan dengan beberapa provinsi lainnya yang termasuk kategori baik selama menanggulangi kasus Covid-19 di masing-masing wilayah. Sementara itu Humas Pemda DIY sendiri memiliki aplikasi yang dikelola oleh Dinas Kominfo DIY. Fungsi kehumasan yang ada pada Dinas Kominfo dijalankan oleh Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) dimana bidang tersebut berkerja sama dengan Humas Pemda DIY dalam mencapai target publik. Sedangkan tugas dari Humas Pemda DIY sendiri adalah sebagai pusat informasi untuk membenarkan terkait berita atau informasi yang masih belum diketahui dengan jelas kebenarannya melalui kegiatan *media*.

Sehingga pada situasi seperti masa ini, humas sangat diharapkan memiliki suatu perancangan yang berbeda dari perancangan biasanya untuk mengatasi adanya masa krisis. Hal tersebut bisa dilakukan oleh humas atau organisasi selalu update pemberitaan melalui dengan berbagai cara seperti publisitas atau kegiatan *media relations* yang bisa dilakukan melalui daring ataupun dilakukan secara offline dengan beberapa protokol kesehatan yang harus

dipatuhi untuk tetap menjaga satu sama lain agar selalu bisa menyampaikan pesan kepada masyarakat dengan maksimal. Sehingga masyarakat dapat lebih tanggap terhadap adanya kondisi seperti saat ini yang sangat mengkhawatirkan.

Untuk itu kedudukan *media relations* sebagai alat publikasi digunakan sebagai perantara organisasi dengan media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal tersebut berkaitan dengan pentingnya aktivitas *media relations* bagi Pemerintah dalam situasi pandemi Covid-19 untuk dapat memudahkan Humas Pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat berkaitan dengan Covid-19. Selain itu menurut Junaedi *et al* (2020:271) aktivitas *media relations* dalam situasi pandemi Covid-19 dapat digunakan untuk menjaga citra Pemerintah atau dapat digunakan sebagai alat untuk mengklarifikasi berita-berita beredar yang tidak sesuai dengan kebijakan Pemerintah berkaitan dengan Covid-19.

Dalam meningkatkan efektivitas strategi *media relations* yang digunakan Humas Pemda DIY untuk menyampaikan pesan terhadap masyarakat, Humas Pemda DIY telah memiliki *website* terkait dengan update kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta. Di sisi lain Humas Pemda DIY juga selalu memberikan update terbaru dari kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta melalui sosial media, sehingga masyarakat lebih mudah untuk mengetahui kabar terbaru dari kasus Covid-19 yang ada di DIY. Untuk itu publisitas yang dilakukan melalui *media relations* menjadi perantara organisasi dengan media.

Hingga saat ini Covid-19 di Yogyakarta masih terus meningkat sehingga hal tersebut menjadi alasan pada penelitian ini yaitu melakukan riset terhadap Strategi *Media Relations* Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena agar dapat mengetahui strategi dan aktivitas *media relations* apa saja yang dilaksanakan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 di Yogyakarta sebagai bentuk upaya mengurangi angka kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

### **1. Fokus Masalah**

Fokus masalah penelitian yaitu bagaimana strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta yang masih terus meningkat agar informasi yang disampaikan oleh Pemerintah dapat diterima oleh masyarakat terkait dengan penanganan kasus Covid-19

sehingga masyarakat dapat membantu Pemerintah dalam mengurangi peningkatan penularan virus Covid-19.

## 2 . Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian melalui wawancara di Pemda Daerah Istimewa Yogyakarta sesuai dengan objek penelitian yaitu Humas Pemda Daerah Istimewa Yogyakarta. Alasan memilih lokasi tersebut karena di Yogyakarta sendiri masih terdapat kasus Covid-19 yang masih terus bertambah setiap harinya. Untuk itu penting dilakukan penelitian terkait penanganan kasus Covid-19 yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY.

## 3. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu :

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan teori serta pengembangan penelitian *media relations* sebagai media untuk memecahkan masalah.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Humas Pemda DIY

Hasil penelitian ini dapat menjadi evaluasi dalam pengembangan kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam menangani kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Penelitian Terdahulu**

a. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septiani Anugerah dan M. Subur Drajat (2021) dari Universitas Islam Bandung dengan judul penelitian “Strategi *Media Relations* Pemerintah Kabupaten Bandung dalam Menangani Krisis Pandemi Covid-19”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan berparadigma postpositivistik. Tujuan dari adanya riset tersebut adalah untuk melihat tahap-tahap yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung terhadap media ketika mengatasi krisis pandemi Covid-19, serta untuk menunjukkan penentuan media partner dan pertimbangan dalam menggunakan *media relations*. Hasil penelitian membuktikan bahwa tahap-tahap yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung terhadap media adalah perlengkapan internal seperti mempersiapkan undangan, mengendalikan dialog maupun mengendalikan wawancara dengan para narasumber serta memantau media publikasi dan melakukan analisis media. Pertimbangan dalam menggunakan *media relations* adalah agar dapat mensosialisasikan protokol kesehatan. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu menggunakan strategi *media relations* pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian tersebut membahas langkah-langkah Pemerintah Kabupaten Bandung dalam melakukan *media relations*. Sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini membahas penanganan kasus Covid-19 yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY melalui *media relations*.

b. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dasrun Hidayat, Leili Kurnia Gustini dan Megawati Puspa Dias (2020) dari Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya dengan judul penelitian “Digital *Media Relations* Pendekatan *Public Relations* dalam Menyosialisasikan *Social Distancing* di Kota Bandung”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal holistik. Tujuan adanya riset tersebut adalah untuk mengkaji rancangan *public relations* menggunakan digital media relations ketika menyosialisasikan prosedur *social distancing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public relations* pemerintah Kota Bandung memberikan partisipasi terkait dengan kebijakan *social distancing* melalui program sosialisasi pendekatan media digital. Media yang dituju yaitu sosial media yang merupakan akun resmi dari Humas Bandung yaitu @humasbdg. Akun tersebut digunakan untuk beragam sosial media diantaranya Instagram, Facebook, dan Youtube. Pendekatan melalui sosial media dapat menciptakan dukungan dari masyarakat kota Bandung untuk menjalankan *social distancing*. Sosialisasi yang dilaksanakan oleh *public*

*relations* pemerintah kota Bandung bersifat konsisten dan berkelanjutan melalui konten-konten yang telah terstruktur dengan baik sehingga setiap harinya konten tersebut selalu mengisi konten akun sosial media sehingga masyarakat kota Bandung mempercayai informasi yang disuguhkan oleh pemerintah kota Bandung. Penelitian tersebut mempunyai persamaan dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu menggunakan *media relations* terkait dengan beberapa kebijakan penanganan kasus Covid-19. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian saat ini yaitu jika penelitian tersebut meneliti terkait dengan digital media relations penanganan kasus Covid-19 yang difokuskan pada *social distancing* saja. Sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini meneliti strategi *media relations* terkait dengan seluruh penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.

c. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyuni Bailussy dan Lisda Ariani Simabur (2021) dari Universitas Muhammadiyah Maluku Utara dan Universitas Terbuka Ternate dengan judul penelitian “*Media Relations* dan Humas Polda Maluku Utara dalam Mensosialisasikan Kebiasaan Baru (*New Normal*) Pandemi Covid-19 di Kota Ternate”. Penelitian tersebut menggunakan metode observasi dan analisis pustaka. Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk membuktikan persamaan pemahaman informasi melalui media massa antara publik dan pemerintah melalui strategi komunikasi dengan cara *media relations* yang dilakukan oleh Humas Polda Maluku Utara ketika berhadapan dengan *New Normal* selama pandemi Covid-19. Adanya penelitian tersebut menghasilkan terlaksananya dalam menjalin hubungan dengan media, Humas Polda Maluku Utara selalu menyediakan informasi terkait dengan *New Normal* Pandemi Covid-19 di Kota Ternate yang ditujukan untuk publik. Hal yang serupa dari penelitian tersebut dengan penelitian yang saat ini sedang dilakukan yaitu meneliti terkait dengan strategi yang dilakukan untuk pencegahan penyebaran virus Covid-19 menggunakan strategi *media relations*. Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu penelitian tersebut berkaitan dengan sosialisasi *new normal*. Sementara penelitian saat ini berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19.

d. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hestiana (2020) dari Universitas Sebelas Maret dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Humas Pemkot Surakarta dalam Mengatasi Kesimpangsiuran Berita Krisis Pandemi Covid-19 di Kota Surakarta Pada Periode Maret 2020-Juni 2020”. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif. Tujuan dari riset tersebut adalah untuk menguraikan strategi komunikasi dari kehumasan Pemkot ketika menangani simpang siur informasi berkaitan dengan krisis pandemi Covid-19 di Kota

Surakarta dalam rentang waktu Maret 2020-Juni 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Pemerintah Kota Surakarta mahir dan berhasil perihal menangani simpang siur informasi krisis Pandemi Covid-19 di Kota Surakarta Periode Maret 2020-Juni 2020 menggunakan strategi komunikasi. Hal yang serupa antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu membahas berkaitan dengan strategi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan saat ini adalah jika penelitian tersebut menggunakan strategi komunikasi dalam mengatasi simpang siur informasi berkaitan dengan krisis pandemi Covid-19. Sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini berfokus pada strategi *media relations* dalam penanganan kasus Covid-19.

e. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syahrul Gunawan dan Nela Widiastuti (2020) dari Fakultas Ilmu Komunikasi ARS University Bandung dengan judul penelitian “Strategi Kampanye Public Relations “Di Rumah Aja” Oleh Pemerintah Republik Indonesia Selama Wabah Covid-19”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Terlaksananya riset tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi kampanye public relations “di rumah aja” yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia serta efek bagi masyarakat terkait kampanye “di rumah aja”. Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan yaitu ditemukan tiga tahap yang dilakukan oleh pemerintah diantaranya pengenalan, membentuk kebiasaan baru, dan tindakan. Sedangkan efek bagi masyarakat yaitu terkait dengan aktivitas yang menjadi sulit untuk dilakukan, ekonomi masyarakat yang menurun, bertambahnya pengangguran dan terhambatnya ekonomi. Hal yang serupa antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian saat ini yaitu menggunakan *public relations* atau humas yang bekerja sama dengan media untuk mengatasi Covid-19. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian tersebut meneliti strategi kampanye “di rumah aja” namun tidak berfokus pada media sedangkan penelitian saat ini meneliti strategi *media relations* oleh humas dalam penanganan kasus Covid-19.

f. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tarra Nur Azizah Sulistiani dan Lina Sinatra Wijaya (2021) dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Eksternal *Public Relations* Pemerintah Kota Salatiga di Masa Pandemi Covid-19”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan dari riset tersebut yaitu untuk membuktikan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan oleh *Public Relations* Pemerintah Kota Salatiga. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu strategi komunikasi

yang telah dilaksanakan oleh *Public Relations* Pemerintah Kota Salatiga yaitu dengan memanfaatkan media sosial, media massa, spanduk, baliho, videotron, siaran keliling dan pusat informasi. Hal yang serupa antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian saat ini yaitu penelitian berkaitan dengan strategi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah pada masa pandemi Covid-19 atau dalam penanganan kasus Covid-19. Sedangkan perbedaan penelitiannya yaitu penelitian tersebut menggunakan strategi komunikasi dan penelitian saat ini yang dilakukan oleh peneliti berfokus menggunakan strategi *media relations*.

g. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amed Kamil (2020) dari Perguruan Tinggi Media dan Komunikasi Massa, Universitas Amerika dengan judul penelitian "*Role of Public Relations in Crisis Management with the Coronavirus Crisis as an Example: A case Study on the UAE*". Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif studi kasus. Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mendeskripsikan prosedur yang dilakukan oleh UEA untuk menangani kasus krisis Covid-19, agar pemerintah lain mendapatkan manfaat dari prosedur penanganan krisis di negara mereka. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa UEA telah memberikan pelajaran yang baik untuk dicontoh dalam menangani kasus krisis Covid-19. Dalam menangani keadaan krisis tersebut, UEA telah mengambil tindakan seperti merehabilitasi unit kesehatan dan rumah sakit serta melakukan pemeriksaan kesehatan bagi negara-negara pendatang. Selain itu juga melakukan tindakan yang cepat, tegas dan tepat untuk pasien yang diduga terkena virus Covid-19. Hal yang serupa antara penelitian yang telah dilaksanakan dengan penelitian saat ini adalah menggunakan peran Humas dalam melakukan penanganan kasus Covid-19. Sedangkan perbedaannya yaitu jika penelitian tersebut mendeskripsikan terkait dengan penanganan kasus Covid-19 yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan, Humas Kementerian Kesehatan, Badan Pengatur Industri Keamanan dan Humas Pariwisata UEA. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan strategi *media relations* Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **2. Kerangka Teori**

### **a. Pengertian Strategi**

Istilah strategi merupakan istilah yang bersumber dari bahasa Yunani yaitu “strategos” yang berarti seni umum”. *Strategos* dapat diartikan sebagai keputusan dengan tujuan melakukan tindakan yang memiliki waktu dalam jangka panjang yang memiliki suatu akibat. Secara umum strategi merupakan suatu langkah untuk melakukan tindakan dengan tujuan mencapai sasaran yang telah ditentukan contohnya tindakan komunikasi. Middleton yang merupakan pakar perencanaan komunikasi menyatakan sebuah definisi bahwa strategi komunikasi merupakan paduan yang paling unggul dari segala komponen komunikasi yang terdiri dari pemberi pesan, pesan, perantara media, penerima pesan hingga pada efek yang telah direncanakan untuk dapat mencapai tujuan komunikasi yang maksimal.

Strategi juga dapat diartikan sebagai pengertian dari tujuan yang digunakan dalam waktu yang tidak sebentar bagi suatu organisasi dan sebagai penentu untuk menetapkan tindakan yang diambil serta mendapatkan sumber yang dibutuhkan agar bisa mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam suatu organisasi sangat penting memiliki strategi untuk dapat membentuk eksistensi atau citra suatu organisasi dihadapan masyarakat.

Semua strategi tentunya membutuhkan suatu rencana yang memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi untuk mengembangkan atau memajukan organisasi tersebut. Didalam suatu organisasi terdapat anggota yang memiliki pandangan yang berbeda-beda tetapi mempunyai target yang sama, hal tersebut mampu dicapai apabila suatu organisasi dengan para anggotanya memiliki strategi khusus dari organisasi yang harus berjalan dengan baik. Menurut Anwar Arifin (dalam Suryadi, 2018:5) mengatakan bahwa sebenarnya strategi merupakan segala kebijakan sesuai dengan kondisi terkait dengan perilaku yang akan dilaksanakan dengan maksud mencapai tujuan.

### **b. Media Relations**

*Media relations* merupakan suatu unsur dari *public relations* yang dijadikan selaku fasilitas yang tepat dan sangat berpengaruh. Averill (1997) (dalam Iriantara, 2005:28) mengemukakan bahwa *media relations* merupakan unsur dari *public relations*, tetapi disuatu situasi dapat menjadi unsur yang sangat efisien. Dengan begitu, melalui *media relations* dapat membuat informasi yang dilihat penting oleh suatu media, sehingga kegiatan *public relations* bisa dikatakan sudah mencapai perencanaan yang ingin dituju.

Lesly (1991:7) (dalam Iriantara, 2005:29) mengemukakan bahwa *media relations* yaitu aktivitas yang berkaitan dengan media komunikasi untuk melaksanakan kegiatan publikasi

yang kaitannya dengan keperluan media kepada organisasi. Dari pengertian tersebut terdapat manfaat yang didapatkan oleh organisasi dan aktivitas organisasi dalam melaksanakan kegiatan *media relations* yaitu publikasi. Karena publikasi merupakan aktivitas yang dapat membantu menanggapi aktivitas keperluan media. *Media relations* sangat berhubungan dengan media komunikasi. *Media relations* pada dasarnya berkaitan dengan pengiriman pesan serta menyediakan jawaban pada media atas peliputan terkait identitas organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

*Media relations* merupakan unsur dari *public relations* yang melakukan kegiatan berdasarkan dengan langkah-langkah standar dalam PR. Praktik *media relations* dilaksanakan sebagai salah satu strategi komunikasi yang dilakukan oleh organisasi. Praktik *media relations* yang berdasarkan dengan standar PR meliputi beberapa langkah yaitu :

- 1) Menyatukan fakta. Dalam menyatukan fakta bisa dilaksanakan melalui riset, menyelidiki pemberitaan media atau membaca kecondongan.
- 2) Menguraikan permasalahan. Sesuai dengan hasil riset yang telah dilaksanakan kemudian menguraikan permasalahan sesuai dengan yang sedang dihadapi organisasi.
- 3) Persiapan dan menyusun strategi. Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan kemudian dibuat susunan strategi untuk mengatasi permasalahan yang ada.
- 4) Menjalankan rencana yang telah dibuat melalui tindakan dan komunikasi. Tindakan dapat berupa konferensi pers.
- 5) Pertimbangan terhadap seluruh susunan aktivitas dan program PR. Pertimbangan tersebut untuk melihat dampak dalam waktu dengan dan dampak dalam waktu yang masih panjang.

Beberapa langkah tersebut digunakan untuk dapat mencapai strategi dan tujuan *media relations*. Darmastuti (2012:153) mengemukakan bahwa strategi yang dilakukan dalam menjalin suatu hubungan dengan media merupakan suatu konsep yang telah disusun dengan tujuan memperluas relasi sebagai alat mempererat ikatan yang baik dengan media massa. Rancangan general yang digunakan ketika melakukan realisasi *media relations* yaitu dengan menjaga jalinan baik kepada media massa dan wartawan. Wartawan dan media massa memiliki peran yang berguna bagi organisasi untuk mempererat komunikasi dan memperluas hubungan dengan publik sasaran. Menjalin ikatan yang baik dengan media massa merupakan hal yang cukup berharga karena terdapat dua profesi yang saling membutuhkan. Ikatan baik yang terjalin antara kedua belah pihak tentu saja terdapat komunikasi didalamnya.

Selepas hubungan oleh media massa sudah terikat dengan hangat, maka langkah yang harus dilakukan untuk melaksanakan strategi *media relations* sudah dapat dilaksanakan. Strategi tersebut pada prinsipnya merupakan perencanaan sebagai alat komunikasi dengan publik yang akan menjadi target tindakan komunikasi organisasi melalui praktik PR khususnya *media relations*. Secara umum tujuan yang akan diraih dengan kegiatan *media relations* terdiri dari berbagai kategori yaitu :

- 1) Menambah kesadaran merek (*brand-awareness*) pada masyarakat.
- 2) Merubah perilaku, seperti dari menghindari menjadi objektif dan dari objektif menjadi mendukung berkaitan dengan kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi.
- 3) Memotivasi aktivitas, seperti meningkatkan prosedur dalam teknik produksi yang dapat diterima oleh masyarakat melalui kegiatan organisasi.

Menurut Frank Jefkins (dalam Darmastuti, 2012:43) *media relations* merupakan upaya dalam praktik publikasi berdasarkan suatu pesan untuk memberi pemahaman bagi publik terkait dengan pemberian informasi yang berasal dari organisasi atau instansi yang bersangkutan. Berdasarkan dari definisi Frank Jefkins, terdapat beberapa hal yang harus diketahui ketika melakukan kegiatan *media relations* diantaranya :

- 1) Melakukan hubungan pers tidak hanya dengan media cetak, tetapi beserta seluruh media massa termasuk media-media yang sudah berkembang saat ini.
- 2) Memiliki tujuan pokok yang berhubungan dengan media massa untuk menciptakan informasi atau pemahaman kepada publik, tidak hanya sekedar memeberikan informasi yang sesuai dengan organisasi atau instansi.
- 3) Memiliki visi yang sesuai dengan *Public Relations* yaitu menyampaikan informasi berdasarkan dengan kebenaran yang terjadi.

Selain itu, cukup banyak perihal yang harus dipahami PR ketika melakukan kegiatan *media relations* meliputi :

- 1) Mengetahui apa kebutuhan media massa serta melayani media massa dengan menyediakan informasi yang sesuai dengan yang diperlukan oleh media.
- 2) Menciptakan citra yang baik sebagai organisasi atau instansi yang layak dipercaya oleh media.
- 3) Menyediakan informasi yang aktual menggunakan teknologi komunikasi yang sudah berkembang pada saat ini.
- 4) Bekerja sama dengan wartawan dalam mempersiapkan acara pers.

- 5) Menyediakan fasilitas untuk membuktikan kebenaran terkait dengan pemberitaan yang akan disampaikan.
- 6) Membangun hubungan yang baik dengan media agar tercipta keterbukaan satu sama lain.

Sedangkan untuk melakukan kegiatan *media relations* terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan oleh seorang *Public Relations* yaitu :

- 1) Mengidentifikasi keadaan krisis dengan melakukan penelitian.
- 2) Menganalisis terjadinya krisis sebelum melakukan tindakan.
- 3) Mengisolasi krisis agar krisis tidak menyebarluas dan dapat diatasi .
- 4) Menetapkan strategi dalam menangani krisis seperti mengambil tindakan dengan mengubah suatu kebijakan.
- 5) Melaksanakan penanganan krisis sesuai dengan strategi yang telah dirumuskan atau direncanakan.

*Media relations* memiliki beberapa bentuk kegiatan yaitu kegiatan dalam bentuk tulisan maupun kegiatan dalam bentuk event. Untuk kegiatan *media relations* dalam bentuk event yang pada umumnya dilakukan bersama dengan rekan-rekan wartawan diantaranya yaitu :

- 1) Konferensi pers

Konferensi pers dilakukan oleh organisasi atau instansi untuk memberi penjelasan terkait masalah yang sedang dialami oleh organisasi dengan pihak lain yang bersangkutan.

- 2) Resepsi Pers

Resepsi pers dilakukan untuk meliput acara dengan tujuan untuk membangun relasi dengan para pencari berita.

- 3) Kunjungan Pers

Kunjungan pers dilakukan untuk menafsirkan berita yang telah dikeluarkan dengan mengundang wartawan untuk mendatangi organisasi atau instansi yang bersangkutan.

- 4) *Media Gathering*

*Media Gathering* adalah pertemuan antara wartawan dan suatu organisasi dalam acara resmi maupun tidak resmi untuk menjalin keakraban satu sama lain.

- 5) *Press Tour*

*Press Tour* adalah ajakan yang ditujukan kepada wartawan dari suatu organisasi atau instansi untuk mengikuti kegiatan kunjungan atau rekreasi ke luar kota yang diagendakan oleh suatu organisasi untuk melakukan liputan.

- 6) *Media events*

Media events dilakukan dengan mengundang media massa saat organisasi menjadi sponsor.

Sedangkan kegiatan *media relations* dalam kerangka tulisan untuk mempublikasikan berita atau suatu rencana kegiatan yang berkaitan dengan suatu instansi atau perusahaan yaitu:

1) *Press Release*

*Press release* adalah informasi yang dibuat oleh organisasi tersebut untuk memaparkan aktivitas organisasi.

2) *Websites*

*Websites* sebagai penghubung komunikasi dalam bentuk tertulis untuk memberikan informasi kepada masyarakat.

3) Pemberitahuan Layanan Publik

Pemberitahuan layanan publik adalah sebagai tugas yang harus dilakukan organisasi yang ditujukan kepada publiknya.

Dalam melakukan kegiatan *media relations* tentunya membutuhkan peran seorang wartawan membutuhkan sumber berita untuk melakukan publikasi di media. Menurut Jonathan (dalam Sumadiria, 2008:98) sumber informasi atau berita dapat dibedakan menjadi tiga jenis. Pertama, *Paper Trail* atau Jejak Kertas yang merupakan sumber informasi dalam bentuk tertulis dapat berupa file dokumen. Kedua, *Electronic Trail* atau Jejak Elektronik yaitu sumber informasi berasal dari perangkat elektronik seperti internet yang digunakan sebagai alat untuk memperdalam informasi yang didapatkan. Ketiga, *People Trail* atau Jejak Orang yaitu sumber informasi yang didapatkan dari narasumber.

Jenis sumber informasi menurut Jonathan (dalam Sumadiria, 2008:98) yang sesuai dengan perkembangan zaman seperti saat ini adalah *Electronic Trail*. Seperti contohnya media sosial maupun *website* resmi saat ini dapat dijadikan sumber informasi atau sebagai alternatif para wartawan untuk mencari atau memperdalam informasi yang akan dipublikasikan di media. Melalui media sosial, *website* resmi, portal berita online atau bisa disebut dengan media online tersebut maka dengan mudah dan cepat para wartawan mendapatkan informasi tanpa harus mencari informasi secara langsung di lapangan. Menurut Romli (2018:34) media online adalah media siber, media internet dan media baru yang tersedia secara online.

### c. Media Massa

Media massa merupakan media yang diaplikasikan untuk mengirimkan informasi kepada publik dengan informasi yang berjumlah cukup banyak atau dapat disebut dengan massa. Secara etimologis, Media merupakan bahasa latin yaitu "*Medium*" yang memiliki arti suatu perantara. Media juga dapat diartikan sebagai perantara dari pemberi informasi kepada

penerima informasi. Sementara istilah Massa yaitu bermula pada kata “*mass*” yang berarti massa atau jumlah yang banyak. Massa juga dapat diartikan sebagai masyarakat. Jadi massa diartikan sebagai masyarakat atau publik sebagai penerima pesan dari media. Menurut Burhan Bungin (2006:72) (dalam Darmastuti, 2012:57) media massa merupakan suatu media komunikasi dan informasi yang digunakan untuk memperluas informasi yang dapat diterima oleh masyarakat atau publik.

Menurut Laswell (dalam Darmastuti, 2012:58) media diaplikasikan oleh komunikator untuk memberi pesan yang ditujukan untuk publik, apabila informasi yang diberikan oleh komunikator untuk publik dalam jumlah yang cukup besar dan jarak yang cukup jauh, sehingga melalui *media relations* diharapkan informasi yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat. Dalam memahami media massa, terdapat dua hal yang dapat dilakukan. Yang pertama memahami kebutuhan media dan bagaimana progress informasi yang bergerak pada media massa tersebut. *Public relations* sangat membutuhkan media massa agar dapat memberikan pesan atau informasi yang menjadi kebutuhan media. Selain itu media massa juga memiliki beberapa peran diantaranya :

- 1) Sebagai media edukasi bagi masyarakat yang dapat menjadikan masyarakat memiliki pemikiran yang terbuka.
- 2) Sebagai media informasi yang bersifat jujur, terbuka, dan aktual.
- 3) Sebagai media yang mendorong perkembangan budaya.

#### **d. Media Sosial**

Dalam kegiatan Public Relations saat ini, tidak hanya menggunakan media massa melainkan juga menggunakan media sosial sebagai alat berkomunikasi atau untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Dengan adanya media sosial saat ini dapat memudahkan Humas atau *Public Relations* dalam suatu instansi atau perusahaan untuk menyebarkan informasi yang harus diketahui oleh masyarakat. Menurut Breakenridge, 2012:148) (dalam Nasrullah, 2015:172) untuk merealisasikan kegiatan *Public Relations* melalui media sosial maka perlu adanya perbedaan dalam kegiatan PR yang harus dimengerti oleh seluruh anggota organisasi atau perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, pentingnya untuk mengetahui pengertian media sosial agar dapat merealisasikan kegiatan PR melalui media sosial. Menurut Mandibergh (2012) (dalam Nasrullah, 2015:11) media sosial merupakan media yang dapat memproduksi kreativitas berupa konten dari hasil kolaborasi pemakai media sosial. Sedangkan menurut Boyd (2009)

(dalam Nasrullah, 2015:11) media sosial adalah media hasil dari gabungan perangkat lunak yang dapat membentuk kelompok dari antar individu untuk saling memberi, melakukan komunikasi serta bekerjasama pada suatu kasus. Berdasarkan beberapa pengertian media sosial tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu wadah yang berada di internet yang dapat digunakan oleh para pemakai untuk dapat menjalin komunikasi, melakukan kolaborasi atau bahkan mendirikan komunitas melalui online.

Untuk penyebarluasan informasi melalui media sosial dapat melalui dua macam. Yang *pertama*, informasi dapat disebarluaskan menggunakan konten yang dipublikasikan oleh para pemakai media sosial. Pada konten yang sudah dipublikasikan dapat juga diperbaiki atau dimaksimalkan melalui pendapat orang lain yang disampaikan melalui media sosial. *Kedua*, informasi dapat disebarluaskan ke seluruh jenis media sosial menggunakan fitur *share* yang tersedia di seluruh jenis media sosial. Dengan begitu sangat memudahkan masyarakat untuk saling bertukar informasi.

#### **e. Humas Pemerintah**

Hubungan Masyarakat yang merupakan singkatan dari istilah “humas” merupakan pengertian dari istilah *public relations*. Menurut Marston (1979) (dalam Kusumastuti, 2002:14) Hubungan masyarakat merupakan perencanaan terkait dengan komunikasi yang telah disusun untuk dapat mempengaruhi publik. Terdapat lima peran yang harus dikerjakan dari praktisi *public relations* atau humas menurut Rumanti (2002) (dalam Maulana & Afifi, 2021:150) yaitu melakukan penyebarluasan informasi, mengadakan kegiatan evaluasi berdasarkan penilaian masyarakat, menjaga citra lembaga, menjadi praktisi yang terbuka dengan masyarakat, dan selalu menciptakan komunikasi dua arah.

Dalam humas pemerintah sebenarnya tidak berhubungan dengan politik karena humas pemerintah memiliki fungsi sebagai alat publikasi atau alat promosi bagi masing-masing organisasi yang dapat memberikan informasi secara lengkap yang dapat mempengaruhi kehidupan publik. Beberapa hal yang menjadi ciri khas kegiatan pemerintah yang menjadi latar belakang jika humas pemerintahan perlu dikembangkan, yaitu suatu program yang berasal dari pemerintah pasti tujuannya untuk seluruh masyarakat yang berhubungan dengan segala aspek. Kemudian hasil dari program pemerintah mayoritas dibuktikan dengan jangka waktu yang cukup lama. Dan program pemerintah akan selalu mendapat pantauan dari seluruh kalangan.

Wilcox *et al* (1995) (dalam Putra, 1999:3-4) memberi saran dari beberapa definisi *public relations* atau humas, terdapat beberapa kata yang dapat dijadikan kata kunci meliputi :

- 1) *Deliberate*, yaitu kegiatan humas yang disengaja dengan tujuan untuk mempengaruhi, meningkatkan pemahaman, menyebarkan informasi, dan memperoleh *feedback*.
- 2) *Planned*, yaitu kegiatan humas yang sudah tersusun sesuai dengan rencana yang dilakukan dengan analisis melalui bantuan riset.
- 3) *Perfomance*, yaitu humas yang efektif harus sesuai dengan kebijakan dan penampilan yang sesungguhnya.
- 4) *Public Interest*, suatu kegiatan humas digunakan untuk mencukupi kebutuhan publik , tidak hanya seputar untuk membantu organisasi meningkatkan kualitasnya.
- 5) *Two Way Communication*, beberapa definisi tentang humas, humas hanya diartikan sebagai kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk menyampaikan informasi.
- 6) *Management Function*, public relations yang paling efektif yaitu jika telah menjadi bagian dari penentuan suatu kebijakan dalam suatu organisasi.

Berkaitan dengan Humas, terdapat juga Humas Pemerintahan yang merupakan suatu lembaga yang melaksanakan fungsi manajemen terkait dengan informasi dan komunikasi yang efektif antara publik dengan organisasi guna menciptakan reputasi yang baik dari suatu lembaga pemerintahan.

Menurut John D. Milled (dalam Ruslan, 2014:101) tugas Humas yaitu terdiri dari :

- 1) Memperhatikan serta mendalami terkait beberapa harapan dari masyarakat.
- 2) Suatu kegiatan dalam memberi saran guna menangani suatu masalah yang terdapat di lembaga atau organisasi sesuai yang diinginkan oleh publiknya.
- 3) Suatu usaha untuk mewujudkan hubungan saling menguntungkan antara masyarakat dan pihak pemerintahan.
- 4) Memberi informasi terkait apa yang telah dilakukan suatu lembaga atau organisasi.

Menurut Cutlip dan Center (dalam Kusumastuti, 2002:23) bahwa fungsi Humas yaitu meliputi:

- 1) Sebagai penunjang kegiatan organisasi untuk mencapai tujuan.
- 2) Dapat membangun komunikasi dua arah yang saling berbalas dengan menyampaikan pesan dari organisasi kepada publiknya serta menuangkan pendapat publik kepada perusahaan.
- 3) Menyampaikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk melayani publik sebagai keperluan umum.
- 4) Mempererat ikatan antara organisasi dengan khalayaknya, baik secara internal maupun eksternal.

Humas memiliki empat unsur, diantaranya yaitu yang *pertama*, humas adalah ideologi manajemen yang bersifat sosial. Kedua, humas merupakan sebuah penjelasan dari ideologi tersebut dalam ketentuan suatu kebijakan. Ketiga, humas adalah suatu kegiatan atau langkah dari kebijakan tersebut. Keempat, humas adalah alat komunikasi dua arah sebagai alat penunjang ke arah pembuatan kebijakan tersebut yang kemudian mengartikan, menyampaikan, menjaga, atau mempromosikan kepada publik sehingga antara organisasi dan publik dapat tercipta saling pengertian.

Berdasarkan hal tersebut humas adalah alat komunikasi dua arah dengan publik. Untuk itu kegiatan humas tidak terlepas dari hambatan atau kendala. Untuk mengatasi hambatan atau kendala yang ditemukan maka humas memerlukan kegiatan evaluasi. Evaluasi merupakan aktivitas yang digunakan untuk memastikan kualitas suatu program yang dilaksanakan oleh humas. Menurut Broom dan Dozier (1990:73) (dalam Putra, 1999:70) mengemukakan bahwa evaluasi adalah menentukan nilai sesuatu. Sedangkan menurut Quarles dan Rowlings (1993:49) (dalam Putra, 1999:70) evaluasi merupakan program untuk mengukur apa yang sebenarnya terjadi terhadap tujuan yang dikembangkan dalam suatu rancangan.

Menurut Grunig dan Hunt (1984) (dalam Putra, 1999:72) pada umumnya program evaluasi kegiatan humas dibagi menjadi dua yaitu evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses berhubungan pada upaya mendapatkan pengukuran apakah kegiatan program kehumasan tersebut menjumpai keberhasilan dan efisien atau tidak. Sedangkan evaluasi hasil berhubungan pada upaya mendapatkan pengukuran pengaruh dan efek dari program dan kegiatan yang telah dilaksanakan. Dalam evaluasi kegiatan kehumasan, terdapat beberapa jenis dari evaluasi tersebut meliputi :

- 1) Pencapaian Tujuan yaitu pengukuran evaluasi untuk memperlihatkan terkait dengan target-target yang sudah ditentukan apakah sudah mencapai keberhasilan atau belum.
- 2) Pengukuran Peningkatan yaitu evaluasi yang digunakan agar dapat membuktikan perubahan baik yang telah berjalan berkaitan dengan perilaku dan pemahaman masyarakat.
- 3) Pengukuran Hasil yaitu hasil dalam evaluasi berkaitan dengan program komunikasi humas yang telah dilaksanakan. Evaluasi yang dimaksud lebih berpusat pada sesuatu yang telah disusun oleh humas, namun belum menuntaskan suatu kasus.
- 4) Penghematan Biaya yaitu evaluasi yang memiliki maksud agar dapat memperkirakan keberhasilan suatu program yang telah dilaksanakan oleh humas melalui penghitungan nilai uang yang didapatkan.

- 5) Perubahan Organisasi yaitu evaluasi yang berhubungan dengan hasil dari upaya kegiatan humas yang telah dilaksanakan untuk memberi pengaruh masyarakat.
- 6) (*Unplanned Results*) yaitu evaluasi untuk memperhitungkan dampak dari kegiatan humas.
- 7) (*Unarticulated Hopes*) yaitu evaluasi berhubungan pada fakta dari keinginan organisasi.

#### **f. Analisis SWOT**

Dari segi *media relations* analisis SWOT merupakan suatu alat analisis yang dapat dimanfaatkan sebagai alat dalam menilai S (*Strength*) : otoritas yang ditemukan didalam organisasi, W (*Weakness*) : kekurangan yang dimiliki organisasi, O (*Opportunities*) : kemungkinan yang mampu diperoleh, dan T (*Threats*) : intimidasi yang ditemukan dari luar organisasi.

##### 1) *Strength* (Kekuatan)

Analisis kekuatan ini berhubungan dengan situasi dan kondisi suatu lembaga atau organisasi. Hal tersebut dilakukan untuk membuktikan kekuatan serta kelebihan suatu lembaga atau organisasi untuk dibandingkan dengan lembaga atau organisasi lainnya. Strategi yang harus dilakukan dalam situasi untuk melihat kekuatan serta kelebihan suatu organisasi yaitu dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

##### 2) *Weakness* (Kelemahan)

Analisis kelemahan dapat dilihat dari masalah yang menjadi faktor kelemahan yang dimiliki oleh suatu lembaga atau organisasi. Untuk menghadapi kelemahan, strategi yang harus dilakukan yaitu meminimalkan permasalahan internal organisasi.

##### 3) *Opportunities* (Peluang)

Analisis peluang digunakan untuk menunjukkan suatu keadaan yang menjadi suatu kesempatan yang akan dilakukan terkait dengan kepentingan organisasi atau lembaga. Strategi yang bisa dilakukan yaitu menggunakan kekuatan untuk peluang jangka panjang.

##### 4) *Threats* (Ancaman)

Analisis ancaman digunakan untuk menunjukkan suatu ancaman yang dihadapi oleh lembaga atau organisasi yang menjadi penghambat lembaga atau organisasi tersebut untuk lebih berkembang dan lebih maju.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Paradigma dan Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah sudut pandang kebenaran yang merupakan pertanda bersifat relatif berdasarkan suatu kebenaran dari realitas sosial yang digunakan untuk peningkatan interpretasi pada setiap adanya kejadian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus karena penelitian ini dilaksanakan secara detail dan rinci untuk memaparkan strategi media relations Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19.

Hasil data studi kasus berupa dari enam sumber yaitu dokumen, rekaman arsip, pengamatan langsung, pengamatan partisipan, wawancara serta beberapa wujud instrumen lainnya. Tujuan dari penelitian kualitatif yaitu untuk menjelaskan suatu masalah atau fenomena yang terjadi secara rinci dan mendalam dengan melakukan pengumpulan data selengkap-lengkapnyanya. Basrowi dan Suwandi (2008:2), mengemukakan bahwa dengan penelitian kualitatif maka seorang peneliti dapat lebih jauh mendalami dan mengenali subjek penelitian.

Sementara menurut Strauss dan Corbin (2007:1), penelitian kualitatif adalah riset yang berfungsi mengkaji kegiatan yang berada di masyarakat, organisasi, sejarah, tingkah laku, gerakan sosial, bahkan hubungan kekeluargaan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak melalui proses hitungan, walaupun data yang diperoleh dapat disampaikan dengan angka. Proses pengumpulan data kualitatif dapat berupa wawancara, pengamatan, dokumen atau arsip. Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2002:3), mengartikan metode kualitatif sebagai langkah riset yang dapat menciptakan data deskriptif yang berasal dari masyarakat dan perilaku yang diamati berwujud kata-kata termuat maupun ucapan.

### **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian langsung dilaksanakan di Kantor Humas Pemda DIY yang berada di Komplek Kepatihan Danurejan Jalan Malioboro Yogyakarta. Penelitian akan dilaksanakan pada bulan September sampai November 2021. Berikut rincian jadwal penelitian :

Kegiatan	Waktu
Penelitian	September 2021
Pengolahan Data	November 2021
Penyusunan Skripsi	September-November 2021
Publikasi	Desember 2021

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

### 3. Narasumber Penelitian

Yang menjadi narasumber pada penelitian ini adalah Divisi Humas Pemda DIY bagian hubungan masyarakat dan subbagian publikasi, dokumentasi dan media massa.

No	Nama Narasumber	Jabatan Narasumber
1.	Ditya Nanaryo Aji	Kepala Bagian Hubungan Masyarakat
2.	Pujo Sumedi	Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa
3.	Vinia Rizqi Primawati	Analisis Media
4.	Wardha Ayu Andriyuni	Admin Media Sosial

Tabel 1.2 Daftar Narasumber Penelitian

## G. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti dalam teknik pengumpulan data yaitu kegiatan observasi. Dalam penelitian ini, dilakukan observasi karena peneliti dapat menganalisis terkait dengan aktivitas dan perilaku individu atau kelompok yang telah diamati secara langsung sehingga dari observasi, peneliti mendapatkan gambaran secara luas terkait dengan masalah yang sedang diteliti. Menurut Guba dan Lincoln (dalam Basrofi dan Suwandi, 2008:95) terdapat segenap argumentasi mengapa peneliti harus melangsungkan pengamatan, diantaranya yaitu :

- 1) Observasi adalah alat yang paling tepat untuk menguji suatu kebenaran.
- 2) Dengan observasi maka peneliti dapat mengamati secara langsung terkait dengan kegiatan dan perilaku bagaimana keadaan yang sebenarnya terjadi.
- 3) Observasi dapat memudahkan peneliti untuk mencatat peristiwa yang berhubungan dengan pengetahuan.
- 4) Observasi adalah teknik yang digunakan untuk membuktikan kebenaran data dengan cara mendekati data dari wawancara melalui data yang langsung diamati.
- 5) Dapat memungkinkan peneliti untuk mengetahui kondisi yang rumit dan beberapa kegiatan yang kompleks dari objek penelitian.
- 6) Sebagai alternatif untuk mengamati kasus-kasus khusus atau kasus-kasus spesifik yang tidak bisa dilakukan dengan cara yang lain.

## 2. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang kedua setelah observasi yaitu peneliti melakukan wawancara dengan para narasumber sesuai dengan bidang atau bagian masing-masing. Wawancara merupakan dialog antara dua pihak yang meliputi pewawancara sebagai *interviewer* dan yang diwawancarai sebagai *interviewee* dengan maksud tertentu. Wawancara termasuk dalam salah satu alternatif untuk mengambil data yang dilakukan dengan berkomunikasi lisan dalam bentuk yang terstruktur, semi terstruktur dan tak struktur. Wawancara terstruktur adalah bentuk wawancara yang telah diarahkan oleh beberapa pertanyaan secara ketat. Wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang kemungkinan dapat memunculkan pertanyaan baru dengan ide yang spontan sesuai dengan pembicaraan yang sedang dilakukan. Wawancara tak terstruktur adalah wawancara yang berfokus pada pokok-pokok permasalahan sesuai dengan format tertentu.

Dalam pelaksanaan penelitian ini wawancara dilakukan antara peneliti dengan beberapa subbagian dari Humas Pemda DIY. Pada pelaksanaan wawancara individual ataupun kelompok, peneliti dapat mengarahkan topik pembicaraan yang sesuai dengan fokus permasalahan, tetapi peneliti bisa juga melakukan wawancara dengan mengeksplor suatu masalah dengan lebih detail. Terdapat segenap alasan ketika melakukan wawancara meliputi :

- 1) Menuliskan rincian pertanyaan yang akan ditemukan solusi permasalahannya secara detail atau hanya secara garis besar.
- 2) Mengoreksi kembali pertanyaan yang telah dipersiapkan.
- 3) Menentukan tema wawancara serta informasi lainnya yang ingin diperoleh.
- 4) Dalam kegiatan wawancara, harus bisa memahami informan agar dapat dijadikan pemandu dalam membuat kesimpulan terkait dengan informasi yang telah diberikan.
- 5) Tidak menyalahkan pemberian jawaban dari informan seperti setuju atau tidak setuju dengan jawaban informan.
- 6) Tidak membiarkan informan memberikan jawaban melebihi dari topik permasalahan yang sedang dibahas.
- 7) Tidak menyanggah jawaban dengan pertanyaan yang mengarah pada pendapat subjektif sehingga dapat memancing adanya opini individu.
- 8) Menjaga topik pembicaraan sesuai dengan informasi yang ingin didapatkan.
- 9) Melakukan wawancara dengan menciptakan suasana yang nyaman, tenang agar tidak memunculkan suasana emosional supaya tidak mempengaruhi informasi yang sedang disampaikan.

### **3. Dokumentasi**

Tahapan atau teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti setelah melakukan observasi dan wawancara yaitu dokumentasi. Dokumentasi yaitu rekaman kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya berupa catatan, file dokumen atau foto. Dalam penelitian ini dokumentasi yang diperlukan meliputi dokumentasi kegiatan *media relations* yang pernah dilakukan dan sedang dilaksanakan oleh humas serta dokumentasi yang berhubungan dengan gambaran umum organisasi. Dokumentasi tersebut digunakan untuk menunjukkan kebenaran terkait dengan penelitian yang dilakukan dan penelitian yang sedang dilaksanakan di lapangan serta untuk melengkapi data yang bersumber dari kegiatan wawancara.

## **H. Tahap Penelitian**

### **1. Menentukan Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini yaitu Humas Pemda Daerah DIY. Peneliti akan meneliti kegiatan *media relations* yang dilaksanakan oleh Humas Pemda DIY. Kemudian mencari informasi terkait dengan faktor yang menjadi penghambat dari strategi *media relations* yang direalisasikan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **2. Observasi**

Pada penelitian ini, observasi dilakukan dengan melakukan pengawasan langsung ke lokasi dengan terget memperoleh data yang akurat berupa rekaman lapangan. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini untuk melakukan pengamatan terkait dengan cara apa Humas Pemda DIY dalam mengadakan *press release*, *press conference*, *media gathering*, *kunjungan pers* dan beberapa kegiatan *media relations* lainnya.

Menurut Guba dan Lincoln (1981:191-193) (dalam Moleong 2002:125-126), dalam penelitian kualitatif, pemantauan memiliki pengaruh yang cukup besar karena yang *pertama*, dengan melakukan teknik pengamatan data yang diperoleh berdasarkan dengan pengalaman sesuai dengan kebenaran. *Kedua*, dengan mengamati secara langsung maka kemudian dapat merekam tingkah laku atau peristiwa yang aktual. *Ketiga*, melalui pengawasan maka peneliti dapat mendokumentasikan kejadian yang berhubungan pada wawasan yang langsung didapatkan berdasarkan dari data yang telah diperoleh. *Keempat*, pengamatan dapat dijadikan sebagai sumber pengecekan kepercayaan suatu data karena ada kemungkinan jika peneliti ragu dengan data yang diperoleh. *Kelima*, melalui pengamatan maka peneliti dapat mendalami situasi-situasi rumit. *Keenam*, ketika pada kasus tertentu tidak bisa menggunakan teknik

komunikasi, maka teknik pengamatan bisa menjadi alternatif selain menggunakan teknik komunikasi.

### **3. Wawancara**

Dalam penelitian ini menggunakan proses wawancara terstruktur. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data melalui wawancara yang dilakukan dengan cara komunikasi lisan. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur yang wawancara dilakukan dengan cara pewawancara menentukan sendiri terkait dengan pertanyaan-pertanyaan untuk wawancara dan pertanyaan yang diajukan diarahkan secara ketat kepada narasumber dari Humas Pemda DIY.

#### **I. Analisis Data**

Menurut Patton (1980:268) (dalam Moleong, 2002:103), analisis data yaitu suatu proses dalam menyusun urutan data, mengelompokkan data pada suatu bentuk yang terstruktur, bagian-bagian tertentu dan menguraikannya menjadi rincian dasar. Membedakannya melalui analisis dengan memberikan interpretasi yang relevan, menguraikan pola, dan menghubungkan antara poin-poin penjabaran. Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (1975:79) (dalam Moleong, 2002:103) analisis data merupakan proses yang menuliskan dengan detail dan secara resmi untuk mendapatkan tema dan memecahkan rumusan masalah secara hipotesis sesuai dengan yang telah dianjurkan oleh data dan sebagai bentuk usaha dalam membantu terkait dengan tema dan hipotesis tersebut.

Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

##### **1) Reduksi data**

Reduksi data dilaksanakan dengan menyusun catatan secara ringkas terkait dengan isi yang berasal dari catatan data di lapangan. Reduksi data tersebut memiliki tujuan untuk memfokuskan dan memperkuat data agar menjadi narasi yang mudah untuk dipahami. Dari analisis data tersebut, peneliti kemudian akan melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan dengan data-data yang telah didapatkan selama melakukan penelitian.

##### **2) Penyajian Data**

Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan cara membuat deskripsi ringkas, disertakan tabel, dan mencantumkan beberapa kategori yang saling berkaitan.

##### **3) Penarikan Kesimpulan**

Penarikan kesimpulan yang dilakukan bersifat tidak tetap karena dapat berubah apabila pada teknik pengumpulan data selanjutnya tidak ditemukan kebenaran-kebenaran lainnya.

Kesimpulan dapat dikatakan valid apabila dalam kesimpulan telah ditemukan kebenaran sesuai dengan data.



## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Berdasarkan objek penelitian, penelitian ini dilakukan di Kantor Humas Pemda DIY yang berada di Komplek Kepatihan Danurejan, Jalan Malioboro, Yogyakarta. Dalam bab ini, peneliti akan menguraikan gambaran umum objek penelitian yaitu Humas Pemda DIY yang terdiri dari Visi dan Misi, Fungsi dan Tugas Pokok, kemudian profil dari para narasumber, struktur organisasi dan gambaran umum aktivitas dari Humas Pemda DIY. Beberapa uraian gambaran umum Humas Pemda DIY tersebut meliputi :

#### **A. Visi dan Misi Humas Pemda DIY**

##### **1. Visi**

Visi dari Humas Pemda DIY yaitu Terwujudnya Kemuliaan Martabat Manusia Jogja.

##### **2. Misi**

Berdasarkan Kemuliaan Matrabat Manusia Jogja terdapat Misi didalamnya tentang “Lima Kemuliaan” atau “Pancamulia” yaitu :

1. Terwujudnya peningkatan kualitas hidup - kehidupan - penghidupan masyarakat yang berkeadilan dan berkeadaban, melalui peningkatan kemampuan dan peningkatan ketrampilan sumberdaya manusia Jogja yang berdaya saing.
2. Terwujudnya peningkatan kualitas dan keragaman kegiatan perekonomian masyarakat, serta penguatan ekonomi yang berbasis pada sumberdaya lokal (keunikan teritori ekonomi) untuk pertumbuhan pendapatan masyarakat sekaligus pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan.
3. Terwujudnya peningkatan harmoni kehidupan bersama baik pada lingkup masyarakat maupun pada lingkup birokrasi atas dasar toleransi, tenggang rasa, kesantunan, dan kebersamaan.
4. Terwujudnya tata dan perilaku penyelenggaraan pemerintahan yang demokratis, dan
5. Terwujudnya perilaku bermartabat dari para aparatur sipil penyelenggara pemerintahan atas dasar tegaknya nilai-nilai integritas yang menjunjung tinggi kejujuran, nurani rasa malu, nurani rasa bersalah dan berdosa apabila melakukan penyimpangan-penyimpangan yang berupa korupsi, kolusi, dan nepotisme.

Tujuan dari misi diatas yaitu agar terciptanya tata kelola pemerintahan yang teratur dengan pengelolaan pimpinan dan tamu bersama dengan penyajian berita Pemda terhadap publik yang memiliki kualitas baik.

## **B. Fungsi Humas Pemda DIY**

Fungsi utama dari Humas Pemda DIY sebagai instansi yaitu memberikan layanan kepada pimpinan dan tamu Pemda DIY yang didorong supaya mampu mengamalkan layanan yang maksimal untuk dapat mewujudkan misi Pemda DIY yaitu dalam mengembangkan tata kelola pemerintahan yang dapat bermanfaat serta dapat mengurus pemerintahan dengan cara yang tepat, berhasil, dapat mengaktifkan serta memotivasi masyarakat agar dapat terus berkembang serta berdasarkan dengan maksud visi Daerah Istimewa Yogyakarta yang mengembangkan berkepribadian baik, berbudaya, dalam menuju kemajuan masyarakat. Sedangkan fungsi lainnya meliputi :

1. Pembuatan rancangan kerja Biro Umum, Humas dan Protokol.
2. Mempersiapkan untuk memberikan layanan pada masing-masing bagian Biro Umum, Humas dan Protokol.
3. Realisasi dalam melakukan pengamatan dan memberikan catatan terkait dengan realisasi dalam memberikan layanan pada bidang tata usaha.
4. Mempersiapkan materi untuk penyelarasan pada masing-masing bagian kantor Biro Umum, Humas dan Protokol.
5. Pengelolaan dalam penyajian bidang kehumasan Pemda DIY.
6. Pengelolaan dalam penyajian keprotokolan dan pengunjung di Pemda DIY.
7. Pengelolaan Sekretariat Daerah bagian rumah tangga.
8. Pengurusan Sekretariat Daerah bagian aparat instrumen dan infrastruktur.
9. Realisasi aktivitas berdasarkan program Tata Usaha arahan Pemda DIY.
10. Pengelolaan manajemen perlengkapan arsip Sekretariat Daerah.
11. Memberikan pelayanan dalam pengangkatan Gubernur dan Wakil Gubernur.
12. Melakukan pengamatan dan pemberian catatan dalam realisasi prosedur yang telah ditetapkan pada masing-masing bagian Biro.

### C. Gambaran Tugas Pokok Divisi Humas Pemda DIY



Gambar 2.1 Kantor Humas Pemda DIY (Biro Umum Humas dan Protokol)

Humas Pemda DIY saat ini bergabung dengan bagian Biro Umum Humas dan Protokol, sebelumnya Humas bergabung dengan Dinas Kominfo Pemda DIY. Namun dengan adanya SOTK baru maka humas dipindah di bagian Biro Umum Humas dan Protokol. Secara ketugasan pada saat Humas bergabung di Dinas Kominfo, tugas Humas yaitu menghumasi atau menjadi *Public Relations* pada Pimpinan Daerah. Pimpinan Daerah itu sendiri ada tiga yaitu Gubernur, Wakil Gubernur, dan Sekretaris Daerah.

Menjadi PR pada Pemerintah Daerah bisa dikatakan menjadi lebih luas lagi ketugasannya karena tidak hanya menjadi PR Pimpinan Daerah saja. Artinya tugas dari Humas Pemda DIY tersebut yaitu mempublikasikan, mendokumentasikan, menyiarkan berita dan menjaga citra Pemerintah Daerah. Didalamnya terdapat OPD dan beberapa sektor yang lain.

Humas Pemda DIY memiliki dua Subbagian yaitu Subbagian Publikasi, Media Massa dan Dokumentasi serta Subbagian Penyiapan Informasi Kebijakan Pemerintah Daerah. Subbagian tersebut memiliki tugas pokok yang meliputi :

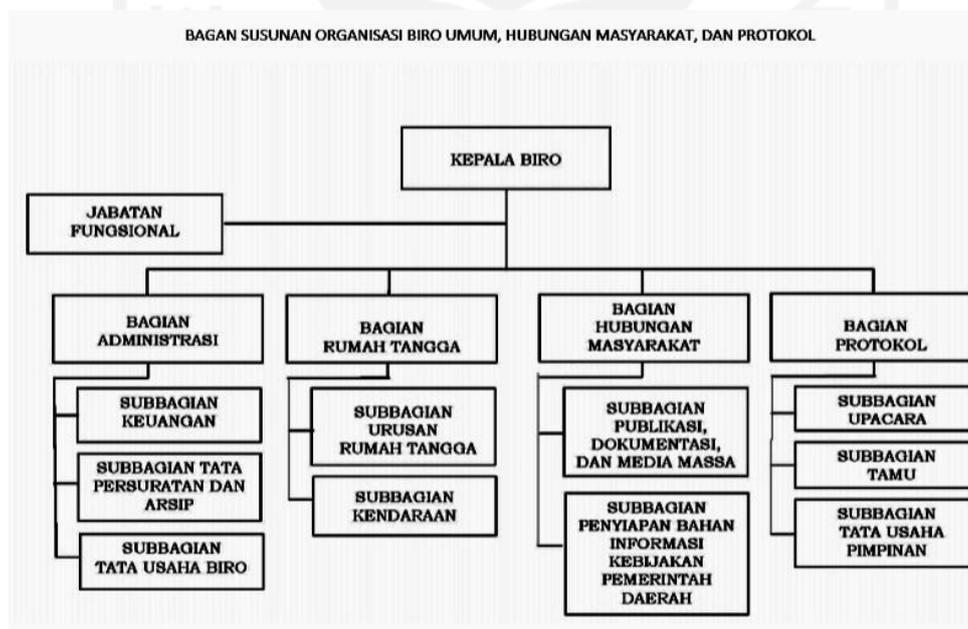
1. Pembuatan rencana kerja bagian Humas .
2. Kemudian penyesuaian pengelolaan penyajian kegiatan kehumasan berkaitan dengan lembaga Humas yang lain.
3. Selain itu, pengelolaan kegiatan *media relations* Pemda DIY.
4. Serta pelaksanaan kegiatan *public relations* Pemda DIY.

5. Pembuatan rumusan prosedur pada sistem di bidang publikasi dan kegiatan *public relations* Pemda DIY.
6. Kemudian melaksanakan pemantauan, evaluasi dan penyusunan laporan program Bagian Humas.
7. Dan merealisasikan pekerjaan yang diberikan oleh atasan berdasarkan dengan peran dan tanggung jawab masing-masing.

Dalam kegiatan kehumasan tentunya juga memiliki permasalahan atas dasar tugas dan fungsi dalam mengelola informasi yang dapat berkembang di media massa selaku pengaruh yang berasal dari kompetisi antar media dan kebebasan media belum sesuai dengan SDM media dan perangkat lunak yang memiliki kualitas yang baik.

#### D. Struktur Organisasi Humas Pemda DIY

Berikut struktur organisasi Humas Pemda DIY berdasarkan Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 15 Tahun 2020 tentang Perubahan kedua atas Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 53 Tahun 2018 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Humas Pemda DIY

### **E. Gambaran Umum Aktivitas Humas Pemda DIY**

Humas Pemda DIY memiliki peran sebagai pendukung pelayanan pimpinan dalam mengelola pemerintahan. Bagian hubungan masyarakat memiliki aktivitas dalam mengelola suatu rancangan yaitu melakukan penyiaran berita dan pengarsipan pengelolaan Pemda serta membina terkait dengan kegiatan media dan pers.

Gambaran umum peran Humas Pemda DIY dalam memberikan layanan kepada pimpinan dari Gubernur hingga Asisten yaitu memberikan pelayanan untuk pihak luar yang pertama adalah memberikan layanan berkaitan dengan keprotokolan terhadap para pengunjung Pemda DIY serta memberikan layanan terhadap rekan-rekan media atau wartawan dengan maksud untuk melaksanakan kegiatan *media relations* terkait dengan perencanaan serta strategi Pemerintah. Pelayanan untuk pihak luar yang kedua yaitu memberikan layanan kepada publik atau organisasi sesuai dengan amanat dari para Pimpinan.

Ketika menjalankan tugas beserta fungsinya Humas Pemda DIY tentunya menemui rintangan yang meliputi :

1. Ketekunan dalam melayani tamu yang meningkat sehingga sukar untuk diperkirakan.
2. Mematuhi protokol kesehatan berkaitan dengan pelayanan tamu dan realisasi suatu perencanaan.
3. Penambahan SDM (Sumber Daya Manusia) yang sanggup untuk melayani pimpinan beserta tamu pada bidang kehumasan.
4. Desakan dari masyarakat yang terus meningkat pada pelayanan yang diberikan oleh pemerintah.

### **F. Profil Narasumber**

Pada penelitian kualitatif, untuk mendapatkan data atau hasil penelitian maka peneliti membutuhkan narasumber yang berada di bidang objek penelitian. Menurut Peraturan yang berkaitan dengan Kualifikasi Jabatan Pelaksana di lingkungan Pemda DIY dan Peraturan berhubungan dengan Kualifikasi Jabatan Pimpinan Tinggi, Jabatan Administrasi, Jabatan Pengawas di lingkungan Pemda DIY, maka Biro Umum, Humas dan Protokol membutuhkan 141 staff, sedangkan jumlah staff saat ini terdapat 88 PNS dan 53 Tenaga Bantu.

Beberapa narasumber yang dipilih merupakan bagian dari Humas Pemda DIY yang tentunya mengetahui dan menguasai topik penelitian yang diteliti oleh penulis berkaitan dengan kegiatan *media relations* Humas Pemda DIY. Berikut merupakan beberapa narasumber dari penelitian penulis yang meliputi :

1. Ditya Nanaryo Aji

Bapak Ditya Nanaryo Aji merupakan narasumber dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, beliau menjabat sebagai Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Pemda DIY. Beliau bertugas di Humas Pemda DIY sejak tahun 2019, sehingga beliau sudah bekerja di Humas Pemda DIY kurang lebih selama dua tahun. Sebelum bertugas di Humas Pemda DIY, beliau menjabat sebagai kepala kantor UPT Bappeda.

2. Pujo Sumedi

Bapak Pujo Sumedi merupakan narasumber dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, posisi beliau di Humas Pemda DIY yaitu sebagai Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa. Beliau menjadi Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa di Humas Pemda DIY mulai bulan April tahun 2021. Namun beliau bertugas di Humas Pemda DIY sudah sejak bulan April tahun 2019.

3. Vinia Rizqi Primawati

Ibu Vinia Rizqi Primawati merupakan narasumber dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Posisi beliau di Humas pemda DIY yaitu sebagai Analis Media. Beliau bertugas di humas sudah sejak akhir tahun 2018. Sebelum menjadi analis media, beliau bertugas pada bagian teknis yaitu media sosial *maintenance* yang tugasnya memberikan respon atau tanggapan yang berkaitan dengan *message* yang ditujukan untuk humas. Tugas dari analis media sendiri yaitu sebagai penyedia materi yang digunakan untuk Pimpinan.

4. Wardha Ayu Andriyuni

Mbak Wardha Ayu Andriyuni merupakan narasumber dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, posisi beliau di Humas Pemda DIY yaitu sebagai Admin Media Sosial. Beliau baru saja bertugas di humas pada bulan Februari tahun 2021. Beliau menjadi admin media sosial Humas Pemda DIY yaitu media sosial *Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube* yang tugasnya mengunggah atau membuat konten-konten humas yang akan di publish melalui media sosial.

## BAB III

### TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu berupa temuan. Data yang ditemukan berdasarkan beberapa tahapan yaitu yang pertama menentukan objek penelitian, kemudian melakukan observasi dan melangsungkan kegiatan wawancara dengan para narasumber yang sesuai pada bidangnya dan pembahasan dari hasil temuan. Dari penelitian yang dilakukan di Humas Pemda DIY, data yang diperoleh oleh peneliti kemudian dijelaskan dengan analisis secara deskriptif kualitatif serta diuraikan secara jelas dan lengkap agar lebih mudah untuk dimengerti sehingga dapat memberikan pemahaman tentang kebenaran data di lapangan. Temuan penelitian yang ditemukan oleh peneliti meliputi :

#### A. Temuan Penelitian

##### 1. Peran Aktvitas *Media Relations* Humas Pemda DIY

###### a. Memberikan Informasi Program Kebijakan

Humas Pemda DIY memiliki peran secara umum dalam bentuk kegiatan *media relations* atau bisa disebut kegiatan *Public Relations* dari Pemerintah Daerah yaitu memberi informasi kepada masyarakat terkait dengan program kebijakan Pemerintah supaya masyarakat mengetahui program kegiatan yang akan dilakukan oleh pemerintah dan dengan harapan masyarakat mendukung program tersebut sehingga masyarakat dapat merespon program pemerintah dengan baik. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Kepala Bagian Hubungan Masyarakat yaitu Bapak Ditya Nanaryo Aji :

*“Jadi mudahnya ketika suatu Pemerintah itu punya program kebijakan kemudian masyarakat itu mengetahui dengan baik suatu program itu maka mereka akan memberikan respon bisa secara langsung mendukung atau harapan paling bagus mendukung program kegiatan itu atau paling tidak mengetahui nah ketika program suatu kebijakan Pemerintah itu tidak diketahui langsung oleh masyarakat maka yang terjadi masyarakat sifatnya pesimis kemudian apriori dan sebagainya disini perlu adanya PR atau kehumasan.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

###### b. Edukasi Publik Untuk Mencegah Berita Hoax

Selain berperan dalam memberikan informasi program kebijakan, humas juga berperan dalam mengedukasi publik untuk mencegah berita *hoax* baik berita berkaitan dengan Covid-19 maupun berita yang tidak berkaitan dengan Covid-19. Dalam hal ini, Humas Pemda DIY bekerjasama dengan Dinas Kominfo untuk mengklarifikasi berita-berita *hoax* yang beredar kemudian memberikan edukasi kepada publik agar mencegah berita *hoax*. Memberikan edukasi untuk publik berkaitan dengan berita *hoax* perlu dilakukan karena dengan adanya media sosial maupun media online, semua orang bisa menjadi sumber berita baik itu berita

terpercaya atau tidak, baik itu informasi bohong atau *hoax*. Untuk itu humas memiliki tugas untuk mengoreksi berita atau informasi yang dapat merugikan masyarakat. Pernyataan tersebut dikatakan oleh Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Bapak Ditya Nanaryo Aji :

*“Selain menyampaikan informasi kebijakan, kami juga bekerjasama dengan Pemerintah Pusat maupun teman-teman di Dinas Kominfo itu, mengedukasi sekaligus menganulir berita-berita hoax. Tugasnya humas dan kominfo sebenarnya itu adalah mengoreksi atau kemudian membenarkan yang menjadi sumber berita untuk berita-berita yang memang itu bisa merugikan masyarakat atau berita bohong.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

Berkaitan dengan hal tersebut maka peran humas dalam kegiatan *media relations* yaitu merevisi serta membenarkan berita-berita yang bisa merugikan masyarakat dengan mempublikasikan melalui platform yang dapat dijadikan sumber berita yang terpercaya yaitu akun media sosial Humas Pemda DIY yang telah diverifikasi atau sudah centang biru. Melalui akun media sosial Humas Pemda DIY, maka masyarakat mendapatkan berita yang aktual.

### **c. Memberikan Informasi dan Data Secara Transparan**

Peran dari kegiatan *media relations* selanjutnya yaitu memberikan informasi dan data secara transparan berkaitan dengan informasi yang dipublikasikan oleh Humas Pemda DIY kepada masyarakat yang tujuannya adalah untuk menjaga citra Pemerintah Daerah. Ketika Pemerintah Daerah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat serta mendapatkan citra yang baik dari masyarakat, maka masyarakat akan mematuhi apa yang menjadi kebijakan pemerintah. Berikut hasil wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat :

*“Salah satu bentuk media relations bentuk PRing kita Pemerintah daerah tadi kembali ke awal saya informasikan salah satu bentuk transparansi data agar masyarakat itu mengetahui data riil kemudian juga untuk menjaga citra Pemerintah Daerah itu sendiri.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

## **2. Strategi Media Relations Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta**

### **a. Perencanaan Strategi Berbasis Satgas Covid-19**

Dalam penanganan kasus Covid-19, perencanaan dari strategi *media relations* yaitu bahwa Pemerintah Daerah diminta untuk membentuk tim khusus untuk penanganan kasus Covid-19 yang disebut satgas Covid-19. Perencanaan strategi dalam instansi pemerintah adalah penyatuan SDM (Sumber Daya Manusia) dan sumber daya yang lainnya sesuai dengan ketentuan dalam mengembangkan masyarakat atau lingkungan. Pembuatan perencanaan strategi pada dasarnya sesuai pada tugas pokok dan fungsi oleh masing-masing bidang. Dalam hal ini SDM humas sebagai tim publikasi dan informasi Satgas Covid-19. Perencanaan strategi

berdasarkan hasil analisis lingkungan, tujuan dan target, serta rancangan program dan kebijakan.

Bentuk dari perencanaan strategi tersebut adalah Humas Pemda DIY sebagai perantara dari tim-tim yang lain untuk menginformasikan data, kegiatan, serta kebijakan yang dikeluarkan oleh tim-tim yang lain. Pada saat awal terjadinya Covid-19 tahun 2020, humas memiliki perencanaan strategi dalam membuat konten melalui media sosial yang secara rutin dikeluarkan untuk menginformasikan data update harian seperti kasus konfirmasi, sembuh, dan data yang meninggal dunia akibat Covid-19. Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat, Bapak Ditya Nanaryo Aji :

*“Awal-awal terjadi Covid di tahun 2020 itu kita humas berinisiatif untuk membuat konten melalui media sosial yang secara rutin kita keluarkan untuk menginformasikan data update harian itu ada kasus konfirmasi, sembuh, meninggal, yang masuk rumah sakit berapa. Yang diperiksa tes berapa dan sebagainya.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

Perencanaan strategi tersebut berkaitan dengan konten media sosial karena Humas Pemda DIY lebih memfokuskan menggunakan media sosial untuk penyebarluasan informasi. Konten tersebut akan dikemas menjadi konten yang bersifat informatif. Tujuannya adalah supaya masyarakat dapat mengetahui data sesungguhnya yang ada di lapangan dan mendapatkan informasi melalui sumber yang terpercaya agar masyarakat selalu memiliki *trust* atau kepercayaan yang baik kepada pemerintah sehingga masyarakat dapat mendukung serta mematuhi kebijakan dari Pemerintah Daerah serta dari perencanaan strategi tersebut masyarakat akan mendapatkan edukasi dari pemerintah berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19.

#### **b. Mengembangkan Perencanaan Strategi Berbasis Satgas Covid-19**

Dalam tim Satgas Covid-19, Humas Pemda DIY termasuk dalam tim publikasi dan informasi. Untuk itu dalam hal ini, Humas Pemda DIY mengembangkan perencanaan strategi dengan menggunakan strategi *media relations* untuk penanganan kasus Covid-19 yang berbasis Satgas Covid-19 dengan fokus menggunakan media sosial untuk kegiatan publikasi dan informasi yang berisikan infografis terkait dengan update data Covid-19 meskipun tidak meninggalkan media konvensional maupun media massa. Dengan adanya media sosial maupun media online saat ini, maka semua orang bisa menjadi sumber berita agar lebih mudah dalam menyampaikan informasi. Selain mengelola media sosial untuk penanganan kasus Covid-19, Humas Pemda DIY juga memiliki media online tersendiri yang digunakan untuk memberikan berita tentang Covid-19.

Media sosial yang dimiliki oleh Humas Pemda DIY meliputi *Instagram, Facebook, Twitter* dan *Youtube*. Humas Pemda DIY lebih memfokuskan pada media sosial karena media sosial maupun media online bisa lebih cepat meneruskan terkait dengan update berita atau informasi. Hal tersebut sesuai hasil wawancara bersama Kepala Bagian Hubungan Masyarakat yaitu Bapak Ditya Nanaryo Aji :

*“Selain mengelola media sendiri, kita media sendiri itu ada media online itu kita punya official website kita itu jogjaprov.go.id disana juga secara rutin berita-berita tentang covid kemudian ada data center juga informasi-informasi tentang covid. Jadi ada media online juga ada media sosial. Media sosialnya humas itu ada empat ada Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube. Kami lebih fokus ke media sosial karena kami merasa bahwa media sosial maupun media online itu bisa lebih cepat meneruskan informasi yang update secara langsung perlu disampaikan kepada masyarakat. Berbeda kalau misalkan media cetak harus lewat satu hari dulu.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

Alasan Humas Pemda DIY lebih fokus pada media sosial untuk strategi *media relations* dalam penanganan kasus Covid-19, karena publikasi di media konvensional seperti media cetak atau televisi membutuhkan waktu yang cukup lama untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Sedangkan melalui media sosial, hanya selisih jam pada hari yang sama setelah data didapatkan, data atau informasi tersebut dapat langsung tersampaikan kepada masyarakat. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat :

*“Saya punya WA grup tersendiri dimana WA grup itu ada wartawan-wartawan, media-media itu yang nanti mereka akan meneruskan ke platform masing-masing. Nah bedanya kalau media cetak saya teruskan informasinya itu si media cetak itu baru bisa menulis keesokan harinya. Tapi kami di humas dengan menggunakan media sosial itu langsung selisih jam lah paling karena kita perlu mengolah ke bentuk konten grafis dan sebagainya itu terpaut jam pada hari yang sama. Sedangkan kalau media konvensional katakanlah media cetak atau televisi itu perlu waktu yang lebih lama untuk menginformasikan kembali ke masyarakat.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

Berikut contoh-contoh publikasi informasi atau konten media sosial berkaitan dengan Penanganan Kasus Covid-19 Humas Pemda DIY :



humasjogja • Following



### DIY Terus Kejar Target Vaksinasi

Wakil Gubernur DIY, KGPAA Paku Alam X menegaskan, hingga akhir Oktober 2021 nanti, DIY akan terus mengejar target vaksinasi, utamanya untuk vaksin dosis kedua dan para lansia. Hal ini mengingat stok vaksin yang harus dihabiskan masih cukup banyak.



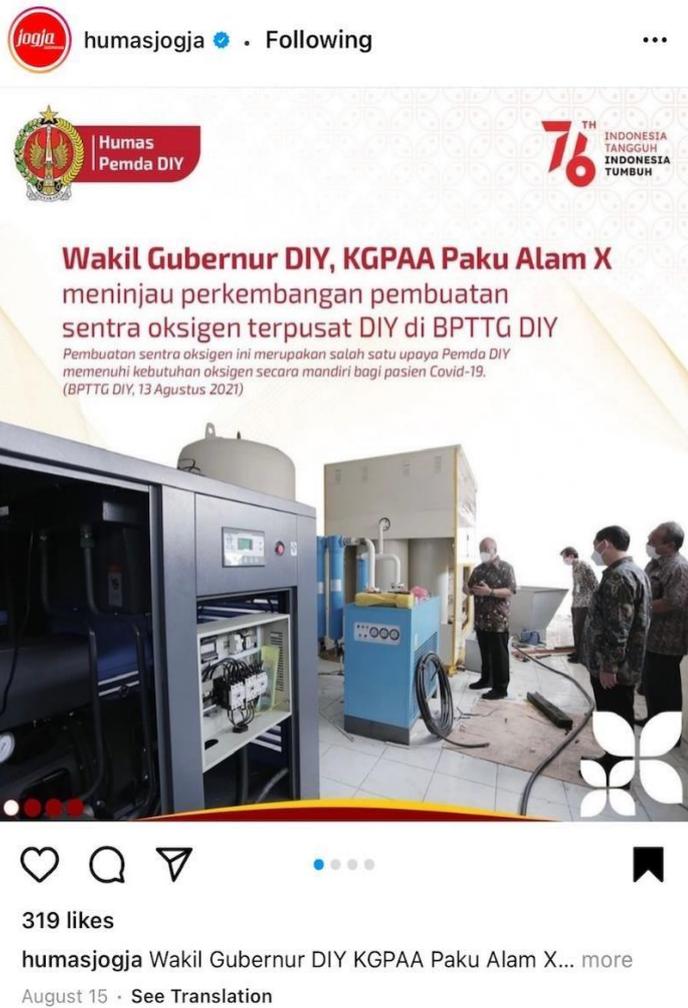
189 likes

humasjogja Menkomarves RI memimpin Rapat Evaluasi... more

October 25 · See Translation

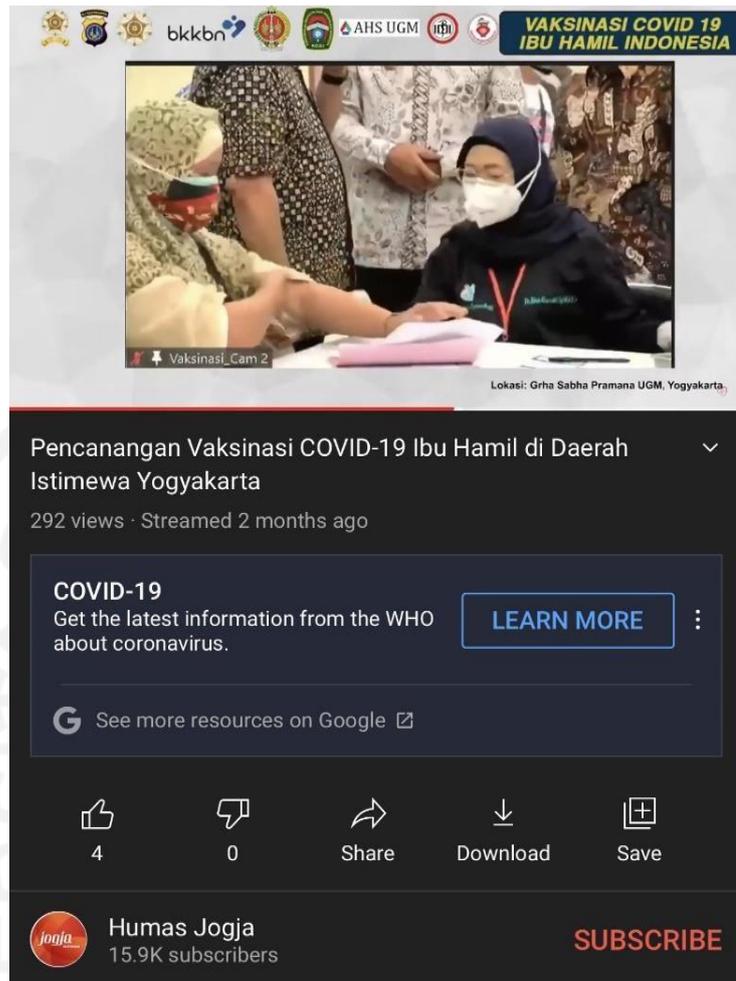
Gambar 3.1 Konten Media Sosial *Instagram*

Gambar di atas merupakan informasi program kebijakan yang disampaikan oleh Humas Pemda DIY pada tanggal 25 Oktober 2021 melalui konten *Instagram* bahwa DIY mengejar target vaksinasi dan Pemda DIY selalu melakukan pengamatan terutama pengamatan pada tempat wisata yang sudah mulai beroperasi kembali.



Gambar 3.2 Konten Media Sosial *Instagram*

Gambar di atas merupakan informasi pembuatan sentra oksigen untuk pasien Covid-19 yang dipublikasikan oleh Humas Pemda DIY melalui konten *Instagram* milik humas. Konten tersebut di *publish* pada 5 Agustus 2021. Pada konten *Instagram* tersebut juga diinformasikan bahwa sebanyak satu alat oksigen dengan dua tabung penampung oksigen didatangkan dari Jawa Barat.



Gambar 3.3 Gambar Konten Media Sosial *Youtube*

Gambar di atas merupakan konten *Youtube* Humas Pemda DIY pada tanggal 19 Agustus 2021 terkait liputan program penanganan Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Vaksinasi Covid-19 untuk ibu hamil. Dari program tersebut diharapkan para ibu hamil dapat melahirkan Putra-Putri nya dengan sehat dan tidak terkena Covid-19.



Gambar 3.4 Konten Media Sosial Youtube

Gambar diatas merupakan konten *Youtube* Humas Pemda DIY yang dipublikasian pada tanggal 9 Juli 2021. Konten tersebut berisikan informasi bahwa Pemda DIY telah memperbanyak fasilitas bagi pasien Covid-19 yaitu berupa shelter dan bed di Rumah Sakit untuk para pasien di Daerah Istimewa Yogyakarta.



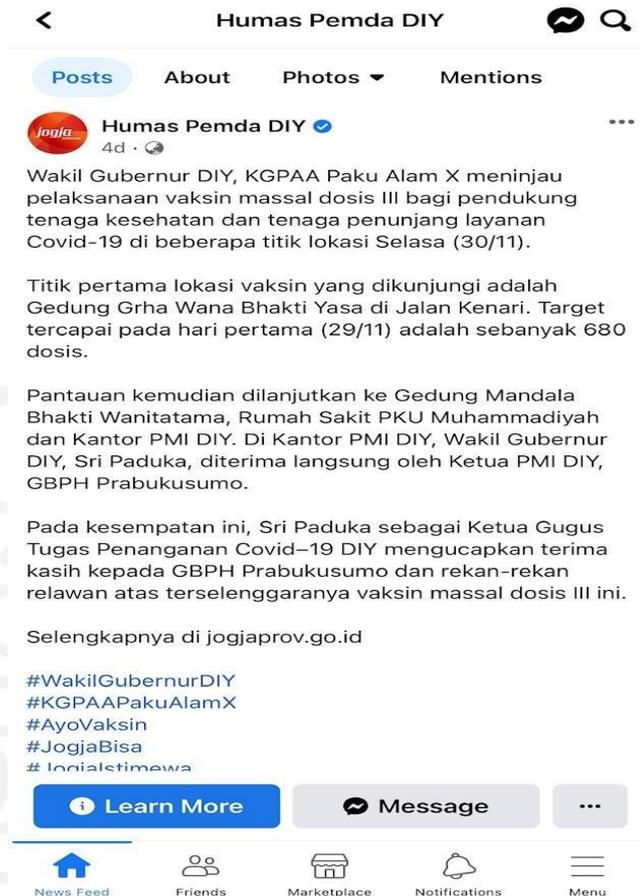
Gambar 3.5 Konten Media Sosial *Twitter*

Gambar di atas merupakan Tweets dari Twitter Humas Pemda DIY tentang update data harian jumlah kasus terkonfirmasi Covid-19 berdasarkan hasil laporan Dinas Kesehatan Kabupaten/Kota pada tanggal 10 November 2021.



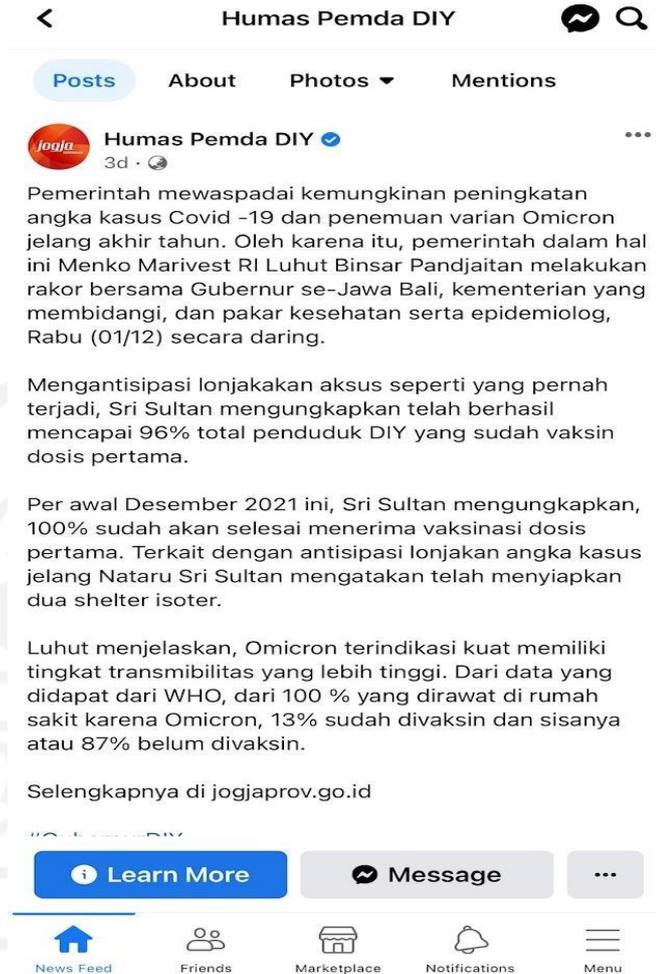
Gambar 3.6 Konten Media Sosial *Twitter*

Gambar di atas merupakan *Tweet* dari *Twitter* Humas Pemda DIY berisikan informasi yang disampaikan oleh Menteri Koordinator Kemaritiman Luhut Binsar Pandjaitan bahwa adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) memberikan pengaruh yang baik untuk mengurangi kasus konfirmasi Covid-19 pada wilayah industri di Daerah Istimewa Yogyakarta



Gambar 3.7 Konten Media Sosial *Facebook*

Gambar di atas adalah informasi yang dipublikasikan melalui *Facebook* Humas Pemda DIY berisikan informasi realisasi vaksin massal dosis ketiga untuk tenaga kesehatan beserta tenaga penunjang layanan Covid-19 di beberapa wilayah yaitu di Gedung Wana Bhakti , Gedung Mandala Bhakti Wanitatama, RS PKU Muhammadiyah, Kantor PMI DIY.



Gambar 3.8 Konten Media Sosial *Facebook*

Gambar di atas adalah informasi yang dipublikasikan oleh Humas Pemda DIY melalui akun *Facebook* milik humas berisikan tentang waspada varian Omicron pada akhir tahun yang dikhawatirkan adanya penambahan kasus Covid-19. Maka dari itu Sri Sultan mengatakan bahwa untuk menangani penambahan kasus Covid-19 sudah mempersiapkan *shelter* isolasi terpusat.

Selain contoh-contoh publikasi berita di media sosial tersebut, berikut terdapat contoh-contoh berita berkaitan dengan Penanganan Kasus Covid-19 yang dipublikasikan melalui media cetak :



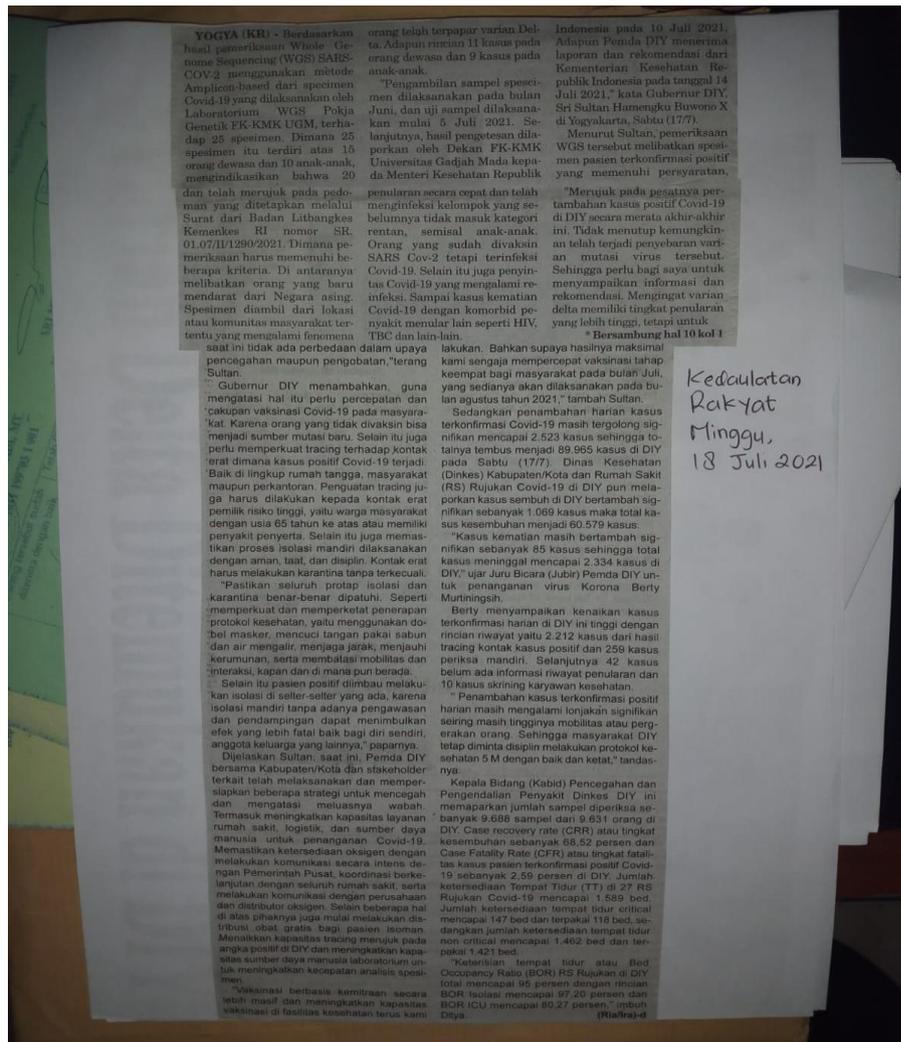
Gambar 3.9 Contoh Berita di Media Cetak

Gambar diatas merupakan informasi program kebijakan yang dipublikasikan melalui media cetak Kedaulatan Rakyat pada tanggal 3 Juli 2021 terkait penanganan kasus Covid-19 yaitu bahwa Pemda DIY telah menetapkan kebijakan PPKM Darurat pada daerah Pulau Jawa dan Bali. Begitu juga dengan beberapa tata tertib yang harus diperketat demi menyekat kegiatan masyarakat.



Gambar 3.10 Contoh Berita di Media Cetak

Gambar diatas merupakan informasi kebijakan yang dipublikasikan oleh Humas Pemda DIY melalui media cetak Kedaulatan Rakyat pada tanggal 18 Juli 2021 berkaitan dengan percepatan vaksinasi Covid-19 dikarenakan adanya varian delta di Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 3.11 Contoh Berita di Media Cetak

Gambar diatas merupakan lanjutan gambar 3.10 berhubungan dengan percepatan program vaksinasi Covid-19. Isi dari berita tersebut meliputi 15 orang dewasa dan 20 anak-anak, menunjukkan bahwa 20 orang sudah terkena varian delta, maka dari itu perlunya percepatan vaksinasi Covid-19. Karena dikhawatirkan orang yang tidak mendapat vaksin dapat menjadi asal mula variasi baru.



Gambar 3.12 Contoh Berita di Media Cetak

Gambar diatas merupakan berita yang dipublikasikan oleh Humas Pemda DIY melalui media cetak berkaitan dengan program dan kegiatan pembangunan pada masa pandemi Covid-19 yang telah menyebabkan beberapa perubahan pada banyak bidang. Untuk itu Pemda DIY dituntut agar dapat memilah program pembangunan tersebut.

Humas Pemda DIY beranggapan dengan strategi yang digunakan melalui media sosial tersebut mampu memberikan efek yang lebih cepat sehingga orang lebih mudah untuk *update* berita berkaitan dengan kasus Covid-19 maupun informasi program kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah. Hal tersebut berdasarkan dengan yang disampaikan oleh Kepala Bagian Hubungan Masyarakat yaitu Bapak Ditya Nanaryo Aji, berikut yang disampaikan oleh beliau :

*“Kami beranggapan bahwa dengan strategi menggunakan media sosial itu multiplayer efeknya itu lebih cepat artinya orang lebih mudah menyebarkan kembali informasi yang kami berikan itu lebih cepat. Jadi saya rasa strategi kami di humas diharapkan bisa lebih cepat*

sampai ke user atau masyarakat.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

Dalam konten media sosial Humas Pemda DIY yang berisikan update harian Covid-19, hal tersebut merupakan salah satu data transparansi publik yang menjadi strategi Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta hingga saat ini. Selain menggunakan strategi melalui media sosial, Humas Pemda DIY tentunya memiliki kerjasama dengan banyak media bahkan hampir semua media massa atau media sosial milik Pemerintah Daerah maupun milik lembaga untuk strategi penanganan kasus Covid-19, hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi selaku Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa, berikut yang disampaikan oleh beliau :

*“Pada intinya kami dari humas itu bekerjasama dengan hampir semua media massa baik elektronik, media massa cetak, maupun media sosial. Sebagai contoh kalau media cetak ya hampir semua koran yang ada di Jogja kami selalu bekerjasama tetapi kalau untuk bekerjasama dalam tanda kuitp artinya liputan khusus kemudian ada advertorial itu beberapa media yang bergantian misalnya media yang advertorial tentang penanganan covid, kemudian ada surat kabar tentang ketersediaan vaksin.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi, 21 Oktober 2021)

Berikut daftar nama-nama media yang menjadi rekan Humas Pemda DIY :

<b>Daftar Rekanan Media</b>		
<b>HUMAS PEMDA DIY</b>		
No	Nama Media	Jenis Media
1	Kedaulatan Rakyat	Cetak dan Online
2	Harian Jogja	Cetak dan Online
3	Tribun Jogja	Cetak dan Online
4	Bernas Jogja	Cetak dan Online
5	Jogja TV	Elektronik
6	RB TV	Elektronik
7	TVRI	Elektronik
8	Radio Arma 11	Radio
9	Geronimo FM	Radio
10	JIZZ Fm	Radio
11	i-Radio	Radio

12	Antara Foto	Online
13	Suara Merdeka	Cetak dan Online
14	MNC News	Elektronik
15	CNN Indonesia	Elektronik
16	Kompas	Cetak dan Online
17	Kompas.com	Cetak dan Online
18	Kumparan.com	Online
19	IDN Times	Online
20	Detik.com	Online
21	Berita Satu	Online
22	Jakarta Post	Cetak dan Online
23	Jawa Pos TV	Elektronik
24	Radar Jogja	Cetak dan Online
25	Kompas TV	Elektronik
26	TV One	Elektronik
27	Indosiar	Elektronik
28	Republika	Cetak dan Online

Tabel 3.1 Daftar Rekanan Media

Daftar rekan-rekan media di atas merupakan rekan-rekan media yang paling dekat dengan pihak humas. Namun, Humas Pemda DIY lebih banyak bekerjasama dengan media online karena menyesuaikan dengan perkembangan saat ini. Selain itu Humas Pemda DIY juga bekerjasama dengan seluruh media sosial milik Pemerintah Daerah serta media sosial milik lembaga agar ketika ada kegiatan bisa diterbitkan oleh beberapa pihak media tersebut. Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi selaku Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa :

*“Kalau media online justru kita lebih banyak karena sesuai dengan perkembangan saat ini, hampir semua media sosial milik Pemerintah Daerah maupun milik lembaga itu kita*

*kerjasama misalkan ada suatu agenda Pimpinan Daerah kayak kemarin ada kunjungan Presiden ke Jogja otomatis kita share ke mereka kemudian mereka publish sendiri.” (Hasil wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi, 21 Oktober 2021)*

Alasam Humas Pemda DIY memilih bekerjasama dengan beberapa media tersebut karena hal tersebut sudah menjadi tugas pokok humas sebagai penghubung Pemerintah Daerah untuk memperluas jangkauan ke masyarakat. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi, dan Media Massa :

*“Ya itu sudah menjadi tugas pokok kami di humas sebagai penyambung Pemerintah Daerah maka memerlukan kerjasama dengan pihak-pihak selain kita sendiri. Kalau kita sendiri kan tidak mampu. Artinya mampu tapi kan gaungnya tidak terlalu besar. Untuk lebih memperluas jangkauan ke masyarakat maka kita memerlukan kerjasama dengan media-media tersebut. dengan tanda kutip bekerjasama yang positif ya.” (Hasil wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi, 21 Oktober 2021)*

Pihak Humas Pemda DIY menjelaskan bahwa bekerjasama dengan beberapa rekan media tersebut dengan maksud bekerjasama yang positif terutama bekerjasama dalam mempublikasikan informasi yang akan diberikan untuk masyarakat. Humas memberi penjelasan terkait hal tersebut karena terkadang terdapat beberapa media yang cenderung untuk memberikan pemahaman yang sedikit provokatif. Namun dengan adanya beberapa media yang memberikan pemahaman provokatif, pihak Humas Pemda DIY memaklumi hal tersebut dalam pemberitaan.

### **c. Mengelola Isu Untuk Mengembalikan Kepercayaan Publik**

Daerah Istimewa Yogyakarta pernah mengalami kasus kekurangan oksigen yang menyebabkan banyaknya jumlah pasien positif Covid-19 meninggal di Rumah Sakit Sardjito. Berita yang berkaitan dengan kekurangan oksigen tersebut dapat mengakibatkan citra pemerintah menjadi turun, kemudian Humas Pemda DIY mengelola isu untuk mengembalikan kepercayaan publik dengan bekerjasama oleh humas Rumah Sakit Sardjito untuk mempublikasikan informasi yang bukan pembenaran namun informasi yang dapat menenangkan masyarakat. Pernyataan tersebut berdasarkan wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat :

*“Contohnya kelangkaan oksigen yang menyebabkan banyaknya pasien meninggal di Sardjito, nah itu kan salah satu bentuk pemberitaan yang mengakibatkan citra pemerintah itu jadi turun nah bagaimana strateginya maka kita bekerjasama berkolaborasi dengan humasnya Rumah Sakit Sardjito untuk memberikan informasi yang bukan pembenaran tapi informasi yang bisa menenangkan masyarakat.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)*

Dalam hal kelangkaan oksigen, beberapa usaha yang telah dilakukan oleh Pemerintah adalah menunjuk Satgas khusus oksigen agar dapat memastikan kejadian tersebut tidak terulang kembali. Selain itu Pemerintah Daerah sendiri telah membuat generator oksigen agar Pemerintah Daerah dapat menghasilkan oksigen sendiri melalui generator tersebut. Kemudian setelah semua sudah mendapatkan solusi, maka Humas Pemda DIY mempublikasikan usaha-usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk meminimalisir pemberitaan buruk yang dapat mengurangi citra pemerintah, sehingga Pemerintah Daerah dapat mengembalikan kepercayaan publik. Pernyataan tersebut berdasarkan wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat :

*“Effort yang dilakukan oleh pemerintah itu kita publikasikan sehingga bisa meminimalisir pemberitaan buruk yang mengurangi citra dari pemerintah dan itu harus cepat responnya sehingga kepercayaan publik itu bisa kembali. Yang terakhir kemarin dari Pemerintah Daerah sendiri juga membuat generator oksigen yang memang Pemda bisa menghasilkan oksigen itu sendiri melalui generator itu, hal-hal itu harapannya ketika ada pemberitaan buruk memang itu benar-benar terjadi kita tidak bisa kemudian menyampaikan itu berita bohong.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

Selain berkaitan dengan penanganan kasus kelangkaan oksigen, Humas Pemda DIY juga bertanggungjawab dalam menginformasikan program prioritas vaksinasi dari Pemerintah Pusat. Hal tersebut merupakan salah satu cara untuk mengembalikan kepercayaan publik supaya publik benar-benar mengetahui bahwa pemerintah telah bertanggung jawab dalam penanganan kasus Covid-19. Oleh karena itu Humas Pemda DIY sebisa mungkin selalu menginformasikan tempat-tempat vaksin yang disediakan oleh pemerintah baik Pemerintah Provinsi maupun Kabupaten Kota beserta pihak swasta yang bersangkutan. Humas Pemda DIY tidak hanya memberikan informasi tempat-tempat vaksin saja, namun juga memberikan informasi berkaitan dengan prosedur yang harus dilakukan untuk dapat melakukan vaksin yang telah disediakan oleh pemerintah. Pernyataan tersebut berdasarkan wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat :

*“Jadi setiap kebijakan yang memang perlu diketahui oleh masyarakat segera kita publikasikan. Contoh misalkan ketika program prioritas vaksinasi itu muncul dari Pemerintah Pusat, kita sebisa mungkin menginformasikan tempat-tempat vaksin. Bagaimana mereka mengakses tempat-tempat vaksin yang disediakan oleh pemerintah.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

#### **d. Strategi Mengelola Isu Aktual Seputar Covid-19 Berbasis Data**

Strategi *media relations* lainnya yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 adalah mengelola isu aktual berbasis data berdasarkan data pasien OTG (Orang Tanpa Gejala) Covid-19. Strategi mengelola isu tersebut dilakukan dengan menginformasikan lokasi-lokasi shelter melalui *platform* media yang dimiliki oleh Humas Pemda DIY. Pasien OTG cenderung menularkan ke lingkungan sekitar yang dapat menyebabkan banyak kluster keluarga sehingga humas memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa pemerintah memiliki shelter untuk para pasien Covid-19 agar ketika pasien kondisi kesehatannya tidak baik atau semakin buruk maka dapat segera tertangani sehingga dapat mengurangi penularan pada orang-orang sekitar. Berikut hasil wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat :

*“Kemudian waktu kasus covid naik kita menginformasikan lokasi-lokasi shelter dimana ada data yang kami dapat bahwa peningkatan kasus kematian pada waktu itu paling banyak terjadi di lingkup isoman, jadi masyarakat yang tidak ada kesempatan untuk mendapatkan perawatan yang baik itu kasus kematiannya akan lebih tinggi.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

Penyediaan lokasi shelter tersebut tujuannya adalah karena adanya peningkatan kasus Covid-19 yang menyebabkan peningkatan kematian. Pada peningkatan kasus kematian saat itu berada pada lingkup isolasi mandiri untuk para OTG yang berada di rumah sehingga masyarakat tidak memiliki kesempatan untuk mendapatkan perawatan yang baik.

#### **e. Mengembangkan Media Center**

Media center merupakan salah satu strategi *media relations* dari Humas Pemda DIY. Media center adalah fasilitas yang diberikan oleh Humas Pemda DIY kepada rekan-rekan media dan wartawan sebagai tempat untuk para rekan-rekan wartawan dan media bekerja yang bertempat di Bale Woro. Fasilitas yang diberikan kepada rekan-rekan media di media center adalah fasilitas internet gratis dan segala macam keperluan untuk membantu rekan-rekan media dalam membuat berita ataupun publikasi berita. Untuk bekerjasama dengan rekan-rekan media dan wartawan tentunya membutuhkan suatu media sebagai alat untuk berkomunikasi. Media yang digunakan oleh humas dan rekan-rekan media adalah group *WhatsApp* atau group media sosial untuk saling bertukar informasi. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi, dan Media Massa :

*“Beberapa langkah sudah kami lakukan pertama kami sudah membuat group WA, group media sosial. Kemudian yang kedua kita menyediakan tempat di Bale Woro ini di humas untuk tempat wartawan bekerja namanya Media Center. Jadi kami fasilitasi dengan internet gratis kemudian dengan segala macam kebutuhannya untuk membantu temen-temen media membuat*

*berita, mempublish berita ataupun berdiskusi dengan kami terkait penyiaran itu.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi, 21 Oktober 2021)

Dalam memberikan informasi kepada pihak media dan wartawan, pada dasarnya tidak ada jadwal khusus kapan harus mengirimkan informasi untuk dapat dipublikasikan oleh pihak media. Ketika ada informasi atau berita terbaru setiap harinya yang harus dipublikasikan ke masyarakat pihak humas sesegera mungkin mengirimkan informasi atau berita tersebut kepada rekan-rekan media dan wartawan. Berikut hasil wawancara dengan Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa :

*“Setiap ada kegiatan yang terkait Pimpinan Daerah kemudian dengan kegiatan Pemda itu kami selalu memberikan informasi. Justru malah setiap hari mereka ada ngepost disini. Tidak ada jadwal khusus, kecuali kalau begini misalnya ada kegiatan yang insidental kunjungan Wakil Presiden kemarin kan kita harus memberikan informasi kepada temen-temen di grup atau mungkin juga informasi yang lain.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi, 21 Oktober 2021)

Untuk mengembangkan media center, Humas Pemda DIY selalu menyediakan *press release* yang disebarkan kepada para rekan-rekan media untuk dipublikasikan pada platform masing-masing media tersebut. Selain itu, pihak humas juga menyelenggarakan *press conference* berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 bersama dengan rekan-rekan media untuk kegiatan liputan. Dari kegiatan liputan tersebut, humas membantu media untuk mendapatkan informasi atau berita yang dapat dipublikasikan oleh media. Begitu juga para rekan media membantu pihak humas untuk menyebarluaskan informasi yang harus diketahui oleh masyarakat.

*Press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY terdapat dua bentuk yaitu *release* yang sudah direncanakan atau *release* yang sifatnya konfirmasi. Karena *press release* bentuknya tertulis maka tidak ada perbedaan yang signifikan pada saat sebelum dan selama pandemi Covid-19. Tujuan dari pembuatan *press release* atau berita terutama di masa pandemi yaitu memberikan klarifikasi yang informatif namun tidak membuat masyarakat cemas. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati selaku Analis Media :

*“Biasanya ada dua itu kan memang release yang memang kita sudah rencanakan atau release yang sifatnya konfirmasi. Kalau yang sudah kita rencanakan ya kita pertama juga pasti harus ada statment dari narsum primer entah itu ya dari Pejabat lah misalnya isu tentang pandemi, misalnya di Sleman kasus merebak kenapa penyebabnya apa gitu nah itu biasanya dari Dinkes dulu yang akan statment nah dari kami yang akan memberikan istilahnya mensosialisasikan statment yang dibuat oleh Kepala Dinas tapi kita juga menambah statment itu dengan stastment dari Pimpinan. Misalnya Pak Sekda terus ditambah data terkait yang memang itu sesuai dengan imbauan yang diharapkan masyarakat. Tujuan dari berita itu sebenarnya memberikan klarifikasi tapi juga tidak boleh membuat masyarakat itu cemas.”* (Hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati, 2 November 2021)

Untuk pembuatan *press release* yaitu dengan membuat statment yang dilengkapi dengan poin-poin lain kemudian rilis di website <https://Jogjaprov.go.id> baru kemudian dibuat file PDF lalu disebarakan pada grup bersama wartawan, grup radio, grup TV untuk mereka sebarluaskan kembali sesuai dengan media masing-masing. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Ibu Vinia Rizqi Primawati selaku Analis Media :

*“Jadi kita tetep ada statment kemudian melengkapi dengan poin-poin lain kalau sudah nanti ditulis biasanya kita rilis di website jogjaprov dan kita buat juga semacam PDFnya terus kita sebarakan, kita kan ada grup wartawan, grup radio, grup TV jadi kita sebarakan disitu jadi nanti mereka yang akan kemudian menyebarkan kembali ke jangkauan yang lebih luas sesuai media mereka masing-masing gitu.”* (Hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati, 2 November 2021)

Berikut contoh-contoh *press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY berkaitan dengan Penanganan Kasus Covid-19 :



The image shows a screenshot of a press release from the Yogyakarta Regional Government website. The header includes the logo of the Yogyakarta Regional Government and the text "PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA". The main title of the press release is "Optimalkan Penanganan, Wagub DIY Tindaklanjuti Usulan Pakar dan Satgas Pandemi". Below the title, it says "by Editor". The date and time of the press release are "24 Agustus 2021 - 21:00" and the category is "Agenda Kegiatan, Berita". The main text of the press release discusses the Yogyakarta Regional Government's efforts to optimize COVID-19 handling by implementing expert and task force recommendations. It mentions a meeting held on Tuesday (24/08) at the Regional Office, attended by the Governor, the Regional Secretary, the Regional Planning Agency Head, and the Regional Public Works Agency Head, along with other officials. The meeting discussed the implementation of expert recommendations and the task force's suggestions to improve COVID-19 handling. At the bottom of the press release, there is a photograph showing a meeting in progress, with several people seated around a table, wearing face masks. A logo for "Humas Pemda DIY" is visible in the top left corner of the photograph.

Gambar 3.13 Contoh *Press Release*

Gambar tersebut merupakan contoh *press release* yang dipublikasikan Humas Pemda DIY melalui official website jogjaprov.go.id berisikan tentang memaksimalkan Satgas Covid-19 pada level RT/RW. Selain itu, pemberian sosialisasi untuk masyarakat berhubungan dengan vaksinasi, protokol kesehatan, beserta pemberian edukasi isolasi mandiri.



Gambar 3.14 Contoh *Press Release*

Gambar tersebut adalah contoh *press release* yang dipublikasikan oleh Humas Pemda DIY melalui official website jogjaprov.go.id yang membahas berkaitan dengan percepatan vaksinasi Covid-19 supaya pusat bisa menambahkan vaksinasi Covid-19 beserta tambahan *shelter* bagi para pasien Covid-19 di DIY.

## DIY Rencanakan Buat Sentra Oksigen Terpusat

by Editor

📅 28 Juli 2021 - 17:27 📌 **Agenda Kegiatan, Berita**

**Yogyakarta (28/07/2021) jogjaprovo.go.id** – Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X mengatakan bahwa Pemda DIY telah berupaya secara optimal untuk memastikan ketersediaan oksigen di DIY. “Setiap hari kami telah peringati RS, kami juga sedang *identified*, di RS yang kecil-kecil ada tabung. Yang kosong-kosong akan diambil untuk selanjutnya diisi,” ujar Sri Sultan, Rabu (28/07) siang di Gedhong Pracimosono, Kompleks Kepatihan, Yogyakarta.

Pada Rapat Koordinasi Penanganan Covid-19 DIY yang dipimpin Wapres RI KH. Ma`ruf Amin tersebut, Sri Sultan juga menyampaikan beberapa hal lain terkait kebijakan dan upaya penanganan Covid-19 di DIY.



Gambar 3.15 Contoh Press Release

Gambar tersebut juga merupakan salah satu *press release* yang dipublikasikan oleh Humas Pemda DIY berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 yaitu rencana pembuatan sentra oksigen bagi pasien positif Covid-19. Rencana sentra oksigen tersebut berada di Balai Pengembangan Teknologi Tepat Guna (BPTTG) yang merupakan oksigen generator. Oksigen tersebut bekerja dengan metode menghasilkan gas yang ditempatkan pada tabung kecil, tengah dan besar.



## Pemda DIY dan SONJO Kerja Sama Tangani CoViD-19 di DIY

by Humas

📅 29 Januari 2021 - 12:54 📍 Berita, Daerah Istimewa Yogyakarta



Yogyakarta (29/01/2021) jogjaprovo.go.id - Sambatan Jogja atau SONJO melakukan audiensi dengan Gubernur DIY, Sri Sultan Hamengku Buwono X secara daring pada Jumat (29/01). Audiensi yang dilakukan dari Gedhong Gadri, Kompleks Kepatihan, Yogyakarta ini membicarakan berbagai upaya penanggulangan CoViD-19 di DIY.

Saat audiensi, Gubernur DIY didampingi oleh Sekretaris Daerah DIY, Kadarmanta Baskara Aji; Kepala Dinas Kesehatan DIY, drg. Pembajun Setyaningastutie, M.Kes.; Kepala Pelaksana BPBD DIY, Biwara Yuswantana; dan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika DIY, Rony Primanto Hari.

Gambar 3.16 Contoh *Press Release*

Gambar tersebut adalah contoh *press release* yang dipublikasikan oleh Humas Pemda DIY berisikan tentang Sambatan Jogja atau SONJO yang memberikan beberapa saran kepada Gubernur DIY berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19. Saran tersebut meliputi pengendalian data *bed* atau data tersedianya *shelter* beserta anjuran adanya posko tanggap Covid-19.

Selain itu terdapat berita di beberapa *platform* media berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 yang dilakukan oleh Pemda DIY :

## Wagub DIY: Vaksinasi Bukan Akhir dari Upaya Pencegahan Covid

© Kamis, 02 Sep 2021, 17:18 WIB

Red: Mas Alamil Huda

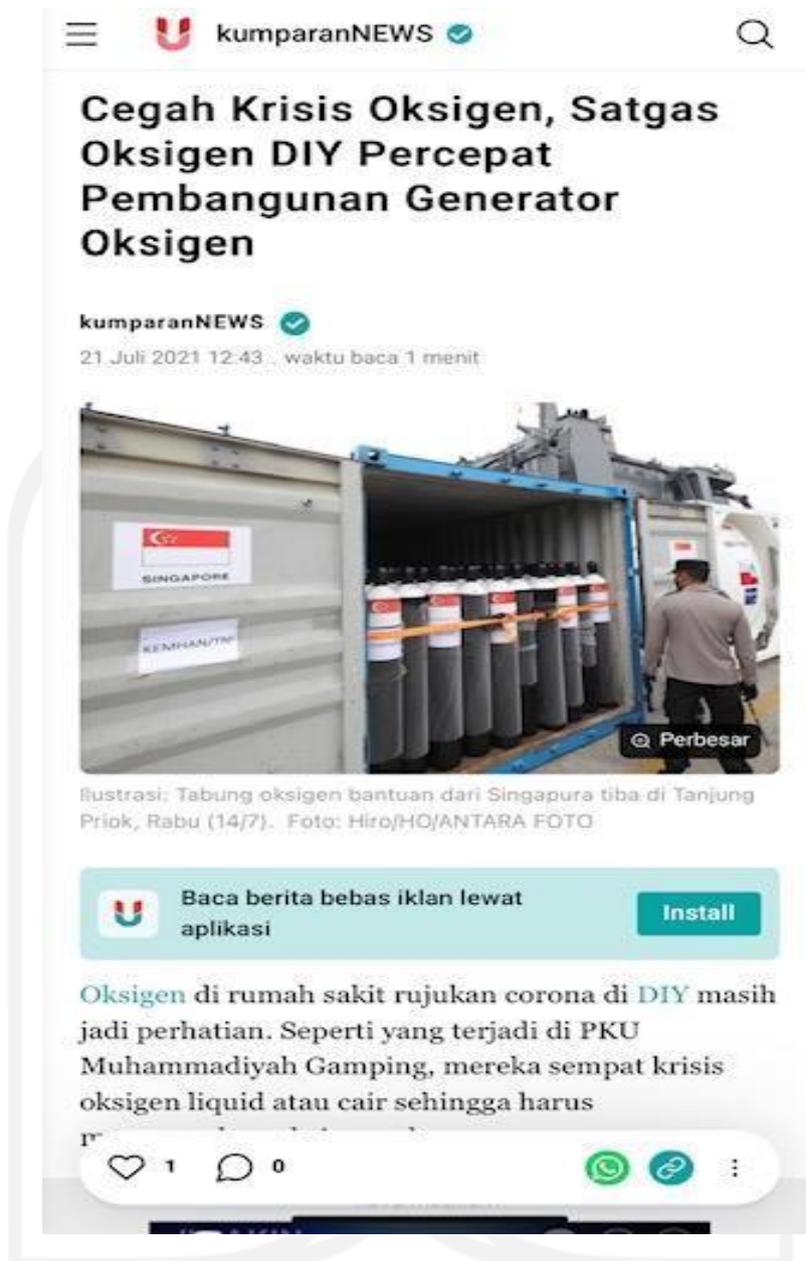


REPUBLICA.CO.ID, BANTUL -- Wakil Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (Wagub DIY) Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Aryo (KGPAA) Paku Alam X mengatakan, vaksinasi Covid-19 bukan akhir dari upaya pencegahan penularan virus corona. Ia meminta masyarakat untuk tetap patuh terhadap protokol kesehatan (prokes) secara ketat.

"Perlu saya sampaikan hal penting, bahwa vaksinasi bukannya akhir dari upaya mencegah meluasnya pandemi Covid-19," kata Wagub DIY

Gambar 3.17 Berita Penanganan Kasus Covid-19 di Media

Gambar tersebut adalah contoh berita yang bersumber dari <https://republika.co.id> berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 yang dilakukan oleh Pemda DIY. Republika merupakan salah satu rekan media yang bekerjasama dengan Humas Pemda DIY. Berita tersebut membahas tentang vaksinasi Covid-19 sebagai salah satu bentuk upaya dalam mengurangi penularan virus Covid-19. Jika dibandingkan dengan *press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY, terdapat perbedaan judul berita dan isi berita tidak seluruhnya sama seperti *press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY.



Gambar 3.18 Berita Penanganan Kasus Covid-19 di Media

Gambar tersebut adalah contoh berita yang bersumber dari <https://kumparan.com> berkaitan dengan pembangunan generator oksigen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berita tersebut membahas tentang pembangunan generator oksigen supaya kejadian kekurangan oksigen tidak terjadi kembali. Jika dibandingkan dengan beberapa *press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY berkaitan dengan generator oksigen terdapat perbedaan judul dan isi namun inti dari berita yang dipublikasikan tersebut adalah informasi yang ditujukan kepada masyarakat bahwa Pemda DIY telah menangani kasus kelangkaan oksigen dengan membangun generator oksigen.

Ad

YOGYAKARTA

## Atasi Covid-19, Sultan HB X Percepat Vaksinasi di DIY

Editor: Tomi sudjtmiko

1 Juli 2021 WIB • 3 Menit Waktu Baca



Gambar 3.19 Berita Penanganan Kasus Covid-19 di Media

Gambar tersebut adalah contoh berita yang bersumber dari <https://krjogja.com> berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 terutama pada percepatan vaksinasi Covid-19. Jika dibandingkan dengan beberapa *press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY berkaitan dengan percepatan vaksinasi Covid-19, jika dilihat dari judul berbeda. Namun persamaan isi berita tersebut dengan *press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY adalah target supaya banyak masyarakat yang mendapatkan vaksinasi Covid-19.

Sedangkan untuk kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY selain pembuatan *press release* yaitu *press conference* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY ketika sebelum pandemi Covid-19 tentunya dilaksanakan secara offline, namun selama pandemi *press conference* sifatnya situasional atau menyesuaikan dengan situasi pada saat itu. Terkadang sifatnya lebih konfirmasi bisa melalui *Zoom Meeting* dengan menyebarkan informasi ke rekan-rekan media atau tanpa terencana langsung mengadakan *press conference*.

Pernyataan tersebut disampaikan oleh Bapak Ditya Nanaryo Aji selaku Kepala Bagian Hubungan Masyarakat dan Ibu Vinia Rizqi Primawati selaku Analis Media :

*“Press conference ini juga biasanya kita lakukan melalui Zoom Meeting jadi penyebaran informasi ke temen-temen media kita minimalisir dengan bertatap muka kita ubah melalui online. Terus untuk narasumber press conference itu kita lakukan melalui Zoom Meeting kita undang narasumber untuk menyampaikan sumber-sumber atau data-data, temen-temen media kita undang untuk Zoom Meeting.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 November 2021)

*“Kalau press conference sih biasanya situasional ya yang kaitannya sama covid, tapi memang dulu awal-awal pandemi barusan ada, itu hampir setiap sore ada press conference di BPBD Jalan Kenari nah kita juga support Humas BPPBD untuk share tentang segala macam update yang terjadi hari itu plus segala kebijakan-kebijakan atau update kebijakan yang dibuat”* (Hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati, 2 November 2021)

Berikut beberapa dokumentasi ketika diadakan *press conference* :



Gambar 3.20 Dokumentasi *Press Conference*



Gambar 3.21 Dokumentasi *Press Conference*



Gambar 3.22 Dokumentasi *Press Conference*

### **3. Tahapan Pelaksanaan Strategi *Media Relations* Penanganan Kasus Covid-19**

#### **a. Memperoleh Sumber Data**

Untuk melaksanakan strategi *media relations* dalam penanganan kasus Covid-19, Humas Pemda DIY harus melalui beberapa proses dan tahapan yang memang sudah ada SOP (*Standard Operating Procedure*) tersendiri, yang pertama yaitu harus mendapatkan sumber data terlebih dahulu dari Dinas Kesehatan DIY. Pada awal Covid-19 perhitungan dilakukan secara manual berdasarkan data yang berasal dari Puskesmas kemudian dilaporkan kepada Kabupaten/Kota, kemudian Kabupaten/Kota melaporkan kepada Provinsi, selanjutnya

Provinsi melaporkan kepada Pusat. Dan Pusat baru kemudian menyampaikan data tersebut. Pernyataan tersebut berdasarkan wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat :

*“Nah prosesnya kalau dulu awal-awal perhitungannya secara manual artinya secara rentang garis berjenjang itu dari Puskesmas lapor ke Kabupaten Kota, Kabupaten Kota lapor ke Provinsi, Provinsi lapor ke Pusat baru kemudian Pusat menyampaikan datanya.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

Dari hal tersebut, terdapat banyak dinamika yang terjadi dari kebutuhan-kebutuhan informasi dan beberapa pelajaran dari kesalahan sebelumnya maka pemerintah saat ini menggunakan aplikasi untuk update harian Covid-19. Dengan adanya aplikasi tersebut datanya akan lebih akurat, lebih cepat dan dapat dipertanggungjawabkan. Pengelola aplikasi tersebut adalah Dinas Kesehatan di bawah Kementrian Kesehatan.

#### **b. Mempublikasikan Data Harian**

Tahapan selanjutnya setelah mendapatkan sumber data dari Dinas Kesehatan, Humas Pemda DIY mempublikasikan informasi data harian Covid-19 berdasarkan aplikasi yang saat ini digunakan oleh Dinas Kesehatan dengan menarik *count of* data setiap hari jam dua siang kemudian data tersebut diberikan kepada Humas Pemda DIY untuk dipublikasikan kepada masyarakat melalui platform Humas Pemda DIY seperti media online official website, media sosial, dan kemudian diteruskan kepada rekan-rekan media massa maupun konvensional. Pernyataan tersebut berdasarkan wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat :

*“Jadi prosesnya Dinas Kesehatan kalau dulu secara manual kalau sekarang menggunakan aplikasi itu mereka akan menarik data ada count of datanya itu setiap hari jam dua terus kemudian datanya itu diberikan ke kami di humas untuk kemudian disebar ke masyarakat”* (Hasil wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji, 21 Oktober 2021)

Humas Pemda DIY mempublikasikan data harian seperti data penambahan kasus, *positif rate*, dan ada mapping. Namun ada beberapa data yang memang tidak untuk diketahui oleh media ataupun publik yang sifatnya rahasia, untuk itu karena bersifat tertutup atau rahasia sehingga Humas Pemda DIY tidak menyebarkan data tersebut. Contoh data yang bersifat rahasia atau informasi tertutup tersebut adalah data diri yang hanya digunakan untuk keperluan yang lebih teknis.

### **4. Evaluasi Media Relations Humas Pemda DIY**

#### **a. Sistem Evaluasi**

Sistem evaluasi dari kegiatan *media relations* yang dilaksanakan oleh Humas Pemda DIY yaitu mengadakan rapat bulanan Bagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa bersama dengan Bagian Penyedia Informasi Kebijakan. Sistem dari rapat bulanan tersebut adalah dengan melakukan koordinasi berkaitan dengan isu-isu yang telah terjadi beserta koordinasi

dari penanganan isu-isu tersebut. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Ibu Vinia Rizqi Primawati selaku Analis media :

*“Kalau sistem evaluasi sih biasanya rapat bulanan ya, jadi Divisi Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa itu kita evaluasi juga kerjasama sama tim Penyedia Informasi dan Kebijakan. Jadi kita koordinasi kira-kira dari isu-isu kemarin itu mana aja kurang bisa difokuskan penanganannya, kita lebih ke sistemnya itu flashback dalam satu bulan terakhir sudah ngapain aja, impact yang bagus apa, yang masih kurang dimana”* (Hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati, 2 November 2021)

Begitu juga dengan sistem evaluasi media sosial yaitu membahas kaitannya dengan aktivitas media sosial yang dimiliki oleh Humas Pemda DIY secara berkala. Admin dari media sosial tersebut menyimpan riwayat data-data perminggu yang telah diunggah di media sosial. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Mbak Wardha Ayu Andriyuni selaku Admin Media Sosial :

*“Iya kalau medsos sama. Kalau media sosial aku ngesave datanya itu ada data-data perminggu, kita tetap menyimpan jadi engagement setiap minggu bagaimana di keempat media sosial yang tadi. Jadi ketika data itu dibutuhkan ada riwayatnya, untuk berita-berita yang sudah di publish biasanya memang mengikuti peraturan tadi kita membahas aktivitas media sosialnya juga secara berkala.”* (Hasil wawancara dengan Mbak Wardha Ayu Andriyuni, 2 November 2021)

#### **b. Jangka Waktu Evaluasi**

Untuk melakukan evaluasi kegiatan *media relations*, regulernya humas membutuhkan waktu satu kali dalam sebulan. Namun karena adanya pandemi humas melakukan evaluasi satu kali dalam satu Minggu karena pandemi lebih banyak beredarnya isu-isu berkaitan dengan Covid-19 maupun isu tentang kebijakan. Sehingga waktu untuk evaluasi bersifat insidental menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi. Terutama ketika kenaikan kasus Covid-19, Humas Pemda DIY tetap menangani masyarakat meskipun pada hari libur kerja contohnya ketika krisis oksigen habis atau ketika *bed* di Rumah Sakit ataupun *Shelter* sudah tidak cukup, pada saat itu humas sering kali mengeluarkan konten yang cukup ramai di hadapan publik sehingga setelah itu humas melakukan evaluasi.

*“Kalau reguler sebulan tapi kalau pas pandemi itu hampir satu minggu sekali gitu karena kalau pas pandemi yang tinggi-tingginya itu hampir setiap hari kita masuk. Jadi insidental kalau krusial ya kita evaluasi saat itu juga tapi kalau mungkin masih bisa digabung dengan yang lain bisa jadi seminggu atau dua minggu sekali gitu”* (Hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati, 2 November 2021)

### **c. Laporan Dalam Evaluasi**

Laporan ketika evaluasi kegiatan *media relations* yang telah dilaksanakan oleh Humas Pemda DIY meliputi laporan masukan-masukan dari Pimpinan dari masukan-masukan kecil sampai masukan teknis. Kemudian mengevaluasi berita-berita negatif. Selain itu juga mengukur media-media massa dalam melakukan pemberitaan positif maupun negatif. Kemudian juga pandangan terhadap Pimpinan Daerah itu baik atau tidak. Dan mengukur pemberitaan yang telah dikeluarkan oleh humas terhadap perhatian publik. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati selaku Analis Media :

*“Karena kita kan lebih ke pelayanan Pimpinan ya jadi masukan-masukan dari Pimpinan itu juga kita follow up misalnya Pimpinan memberikan masukan itu sampai yang teknis misalnya nambahin teleprompter nyuruh humas itu ngadain teleprompter atau apa jadi masukan-masukan sekecil apapun dari Pimpinan itu sebisa mungkin kita follow up dan evaluasi setiap bulan. Terus yang kaitannya lebih ke pemberitaan-pemberitaan negatif itu ada berapa dalam satu bulan terakhir gitu. Kan dulu kita juga ada namanya sistem Integrated Media Monitoring jadi dia itu mengukur bagaimana media-media massa itu, mana saja yang memberitakan positif mana saja yang memberitakan negatif. Sentimen terhadap Pimpinan Daerah kita itu bagus apa jelek dan dari sekian banyak berita atau konten yang dikeluarkan oleh humas mana yang paling tinggi jadi perhatian masyarakat.”* (Hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati, 2 November 2021)

### **d. Hambatan atau Kendala Media Relations**

Hambatan atau kendala yang ditemui oleh Humas Pemda DIY ketika sedang melaksanakan kegiatan media relations dalam penanganan kasus Covid-19 yaitu seputar perbedaan pendapat, kemudian proses pemeriksaan kembali konfirmasi yang membutuhkan waktu cukup lama, selain itu beredarnya berita hoax yang bisa menimbulkan perdebatan yang terjadi di media sosial, serta hambatan ketika melakukan pemetaan media berkaitan dengan media yang kerap membuat isu. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati selaku Analis Media dan Mbak Wardha Ayu Andriyuni selaku Admin Media Sosial :

*“Kadang media relations ada perbedaan pendapat antara jalur satu sama jalur yang lain nah itu kita harus crosscheck dulu nah crosscheck konfirmasi ini sendiri butuh waktu lagi kadang tidak cuma beberapa jam tapi bisa sehari-hari padahal masyarakat itu butuh cepat sebenarnya tapi di suatu sisi kita juga tidak bisa asal menginformasikan info. yang kedua sih mungkin lebih kepada kontering isu hoax, selama pandemi itu kan banyak banget ya isu entah isu pandeminya isu Pimpinan Daerahnya. Yang ketiga ya susahnya lebih ke bagaimana media sosial itu kontering isu yang mungkin kita sendiri tidak tahu asalnya darimana isu itu, jadi sebisa mungkin harus me-manage dan memetakan media yang suka bikin isu.”* (Hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati, 2 November 2021)

*“Kalau media sosial sebenarnya yang menjadi hambatan itu berita-berita hoax sih karena satu pernyataan dari Pimpinan misalnya itu bisa dimaknai berbeda di setiap orang atau tiba-tiba ada berita yang sebenarnya berita itu salah dan tidak benar jadi perdebatan*

yang terjadi di media sosial biasanya karena memang berita-berita itu berbeda maknanya humas memberikan berita yang sesuai fakta dan benar untuk meng-counter berita-berita hoax atau tidak benar itu.” (Hasil wawancara dengan Mbak Wardha Ayu Andriyuni, 2 November 2021)

Kendala lainnya yang ditemukan oleh Humas Pemda DIY dalam melaksanakan kegiatan *media relations* yang berkaitan dengan wartawan yaitu kendala ketika melakukan acara liputan dikarenakan adanya protokol kesehatan yang harus dipatuhi sehingga wartawan dibatasi untuk hadir ketika kegiatan liputan. Hal itulah yang menjadi hambatan dalam melakukan kegiatan *media relations* bersama dengan rekan-rekan media atau wartawan. Berikut hasil wawancara dengan Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa :

“Secara umum tidak pernah ada kendala Cuma masalahnya gini kadang-kadang di situasi seperti saat ini kan kita dibatasi dengan prokes jadi setiap kali ada agenda ada acara kita mengundang semua temen-temen wartawan untuk meliput bersama. Dengan kondisi saat ini kita batasi menjadi lima atau tiga sesuai dengan permintaan masing-masing penyelenggara untuk menjaga prokes tentunya.” (Hasil wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi, 21 Oktober 2021)

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat membuktikan bahwa Humas Pemda DIY selalu memiliki hubungan yang baik dengan rekan-rekan media karena secara umum tidak ditemukan kendala ketika bekerjasama dengan pihak media atau wartawan. Begitu juga sebaliknya bahwa rekan-rekan media dapat bekerjasama dengan baik bersama pihak Humas Pemda DIY.

#### **e. Humas Pemda DIY Dalam Mengatasi Hambatan atau Kendala *Media Relations***

Dalam mengatasi hambatan atau kendala yang ditemukan ketika melaksanakan kegiatan *media relations*, Humas Pemda DIY menggunakan beberapa cara yaitu dengan menciptakan antisipasi atau memetakan isu-isu yang terjadi. Kemudian berkaitan dengan manajemen media yaitu humas tidak membedakan media selama media itu legal. Selanjutnya melakukan konfirmasi dan pemeriksaan kembali terkait informasi-informasi yang telah beredar dan melakukan penanganan dari internal. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati selaku Analis Media :

“Kalau kendala soal konfirmasi itu kita selama ini kan biasanya kalau pandemi kita banyak sekali responsif jadi kita sifatnya merespon kejadian, ya pada akhirnya kita mau tidak mau harus memetakan lebih duluan gitu jadi lebih menciptakan antisipasinya. Yang kedua kaitannya sama manajemen media kita sebagai humas tidak boleh membedakan memang media selama dia legal harus kita perlakukan sama. Jadi selama ini kita crosscheck konfirmasi sana-sini. Yang selanjutnya manajemen SDM itu lebih kepada penanganan internal lebih kepada pembagian shift kerja.” (Hasil wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati, 2 November 2021)

Sedangkan dari sisi media sosial kurang lebih dalam mengatasi hambatan atau kendala tersebut sama dengan kegiatan *media relations* lainnya yaitu melakukan pemeriksaan kembali

terkait berita-berita hoax yang beredar kemudian setelah menemukan berita hoax tersebut berasal darimana maka pihak humas segera menerbitkan berita-berita yang benar untuk menangkan berita tersebut. Berikut hasil wawancara dengan Admin Media Sosial yaitu Mbak Wardha Ayu Andriyuni :

*“Kalau untuk media sosial ketika ada hoax misalkan atau berita yang tidak benar pasti bagian humas akan meng-crosscheck dulu ya berita ini asalnya darimana lalu faktanya bagaimana setelah ditemukan kita harus mem-publish segera berita yang benar untuk meng-counter itu.”* (Hasil wawancara dengan Mbak Wardha Ayu Andriyuni, 2 November 2021)

Sementara itu, untuk mengatasi kendala ketika kegiatan liputan bersama rekan-rekan media karena harus dibatasi dalam kegiatan liputan maka pihak humas dan pihak media saling berkoordinasi melalui grup *WhatsApp* atau media sosial agar setelah kegiatan liputan, pihak humas dapat memberikan hasil dari liputan yang telah dilaksanakan. Berikut hasil wawancara dengan Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa

*“Ya itu koordinasi tadi, setelah sekian lama kita berhubungan baik dengan mereka kan muncul saling rasa percaya jadi kita menyampaikan tolong kalau nanti kita dibatasi acaranya nanti kita aja yang meiput nanti temen-temen kita bagi selalu begitu.”* (Hasil wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi, 21 Oktober 2021)

## **B. Pembahasan**

### **1. Pentingnya Aktivitas *Media Relations***

Secara umum semua intitusi membutuhkan adanya *media relations* maupun *Public Relations* karena terdapat beberapa hal yang menjadi kewajiban institusi yaitu pertanggungjawaban kepada masyarakat berhubungan dengan transparasi publik, informasi yang akurat dan jelas. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Averill (1997) (dalam Iriantara, 2005:28) bahwa *media relations* merupakan unsur dari *Public Relations* yang dapat dijadikan selaku fasilitas yang tepat dan sangat berpengaruh, tetapi disuatu situasi dapat menjadi unsur yang sangat efisien. Dalam hal ini pemerintah harus bertanggungjawab kepada masyarakat karena pemerintah dibiayai oleh pajak dari masyarakat. Berbeda dengan perusahaan swasta *non government*, mereka membutuhkan PR untuk mempertanggung jawabkan kinerja ke stakeholder yang membiayai perusahaan swasta tersebut.

Dari hal tersebut, maka humas atau PR dalam instansi pemerintah membutuhkan *media relations* untuk mempertanggungjawabkan program-program kegiatan yang dibuat oleh pemerintah dan ditujukan kepada masyarakat. Humas Pemda DIY juga berperan dalam memberikan edukasi publik untuk mencegah berita *hoax*. Pemberian edukasi publik yang

disampaikan melalui media sosial milik humas. Platform media sosial milik Humas Pemda DIY merupakan sumber informasi terpercaya dan akurat.

Selain itu, aktivitas *media relations* dilakukan tujuannya adalah untuk menjaga citra pemerintah. Untuk menjaga citra pemerintah, maka peran aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY berupa pemberian informasi dan data secara transparan. Dengan adanya informasi dan data yang transparan maka dapat terjaganya citra yang baik dari masyarakat kepada pemerintah sehingga dapat mempermudah suatu program kebijakan pemerintah. Atau bisa dikatakan ketika masyarakat dapat merespon dengan baik atau bahkan mendukung suatu program tersebut segala sesuatu yang dilakukan oleh pemerintah dapat terlaksana dengan baik. Apabila masyarakat tidak mengetahui suatu program kebijakan dari pemerintah maka dapat terjadi masyarakat yang pesimis karena masyarakat dapat menilai bahwa pemerintah tidak maksimal dalam bertanggung jawab kepada masyarakat.

Untuk menunjukkan tanggung jawab pemerintah kepada masyarakat maka pemerintah atau humas harus melakukan publikasi suatu program kebijakan di media baik itu melalui media sosial, media online, media massa atau media konvensional. Humas atau PR melakukan publikasi di suatu media tidak hanya untuk menjaga citra dihadapan masyarakat luas namun juga untuk menjalin hubungan baik dengan para rekan-rekan media. Dengan memiliki hubungan baik dengan media, rekan-rekan media tersebut dapat mengurangi agar tidak membuat isu yang tidak akurat berhubungan dengan pemerintah, karena dapat diketahui bahwa beberapa media kerap membuat isu yang tidak akurat.

Selain itu jika aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dibandingkan dengan kebutuhan wartawan lokal yang dikutip dari penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas dan Pramesti (2021) bahwa narasumber dari Pemda DIY terlihat tertutup serta Satgas Covid-19 pada saat itu tahun 2020 memang belum terbentuk. Namun berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, saat ini Satgas Covid-19 sudah terbentuk dan Humas Pemda DIY termasuk dalam tim Publikasi dan Informasi Satgas Covid-19.

Penelitian yang dilakukan oleh Pemungkan dan Pramesti (2021) menjelaskan bahwa aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Pemda DIY terkesan membuat masyarakat cemas yaitu dengan mempublikasikan berita dengan judul yang dapat menimbulkan kecemasan masyarakat berkaitan dengan Covid-19. Namun berdasarkan temuan yang dilakukan oleh peneliti, Humas Pemda DIY telah mempublikasikan berita di media terutama di *website*

<https://Jogjaprov.go.id> bahwa Humas Pemda DIY telah mempublikasikan berita yang bersifat dapat menenangkan masyarakat dalam penanganan kasus Covid-19.

Berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Pamungkas dan Pramesti (2021) bahwa terdapat beberapa fakta yang memang tidak diberitahukan atau tidak dipublikasikan kepada masyarakat berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 oleh Pemda DIY sehingga pihak *Harian Jogja* melakukan kolaborasi kegiatan liputan untuk mengungkap beberapa hal yang tidak dipublikasikan kepada masyarakat. Namun berdasarkan temuan peneliti, memang beberapa informasi atau berita tidak dipublikasikan di media karena bertujuan supaya tidak membuat masyarakat cemas atau panik berkaitan dengan kasus Covid-19 dikarenakan memang terdapat informasi yang sifatnya tertutup. Informasi tertutup tersebut merupakan informasi yang tidak untuk disebarluaskan kepada masyarakat. Berkaitan dengan kegiatan liputan atau *press conference*, Humas Pemda DIY bekerjasama dengan para rekan-rekan media untuk melakukan kegiatan liputan berkaitan dengan program kebijakan Pemerintah Daerah maupun penanganan kasus Covid-19.

## **2. Strategi *Media Relations* Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19**

Dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta, Humas Pemda DIY membutuhkan strategi *media relations* untuk memberikan informasi yang akurat kepada masyarakat berkaitan dengan kasus Covid-19. Selain itu *media relations* dapat digunakan untuk menetralkan kondisi yang ada di masyarakat berkaitan dengan adanya berita yang masih simpang siur. Selain untuk menetralkan kondisi di masyarakat, Humas Pemda DIY menjadi harapan serta kepercayaan masyarakat sebagai sumber data yang akurat karena masyarakat membutuhkan pedoman informasi yang dapat dipercaya.

Berkaitan dengan hal tersebut maka humas bertanggung jawab kepada masyarakat untuk dapat memaksimalkan proses sosialisasi kebijakan yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk penanganan kasus Covid-19. Hal tersebut berkaitan dengan salah satu tugas humas menurut Milled (dalam Ruslan, 2014:101) bahwa tugas humas memberi informasi terkait apa yang telah dilakukan suatu lembaga atau organisasi. *Media relations* menurut Lesly (1991:7) (dalam Iriantara, 2005:29) yaitu aktivitas yang berkaitan dengan media komunikasi untuk melaksanakan kegiatan publikasi yang kaitannya dengan keperluan media kepada organisasi.

Berdasarkan temuan penelitian, strategi *media relations* Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 terdapat lima strategi. *Pertama*, perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19. *Kedua*, mengembangkan perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19.

*Ketiga*, mengelola isu untuk mengembalikan kepercayaan publik. *Keempat*, strategi mengelola isu aktual seputar Covid-19. *Kelima*, mengembangkan media center.

Berkaitan dengan lima strategi tersebut, media yang digunakan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 yaitu lebih banyak menggunakan media sosial meskipun tetap menggunakan media massa maupun media konvensional untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Media sosial milik humas yang terdiri dari *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, dan *Facebook* tersebut sudah centang biru atau *verified*. Artinya platform media sosial milik Humas Pemda DIY dapat dijadikan sebagai sumber informasi terpercaya untuk masyarakat agar masyarakat dapat selalu *update* informasi berkaitan dengan kasus Covid-19. Sesuai dengan teori menurut Laswell (dalam Darmastuti, 2012:58) bahwa media diaplikasikan oleh komunikator untuk memberi pesan yang ditujukan untuk publik, apabila informasi yang diberikan oleh komunikator untuk publik dalam jumlah yang cukup besar dan jarak yang cukup jauh, sehingga melalui *media relations* diharapkan informasi yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat.

Sedangkan kaitannya dengan media sosial menurut Boyd (2009) (dalam Nasrullah, 2015:11) adalah media hasil gabungan perangkat lunak yang dapat membentuk kelompok dari antar individu untuk saling memberi, melakukan komunikasi serta bekerjasama pada suatu kasus. Pernyataan tersebut berhubungan dengan strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY yaitu lebih memfokuskan pada media sosial untuk dapat melakukan komunikasi ataupun bekerjasama dengan beberapa pihak lain dalam suatu kasus melalui media sosial. Sementara itu, media massa menurut Burhan Bungin (2006:72) (dalam Darmastuti, 2012:57) sendiri merupakan suatu media komunikasi dan informasi yang digunakan untuk memperluas informasi yang dapat diterima oleh masyarakat atau publik. Untuk itu Humas Pemda DIY tetap menggunakan media massa untuk publikasi informasi kebijakan.

Berdasarkan hasil penelitian, Humas Pemda DIY memilih untuk lebih fokus menggunakan media sosial karena melalui media tersebut lebih cepat dalam meneruskan update informasi secara langsung kepada masyarakat. Berbeda dengan media cetak yang harus membutuhkan waktu kurang lebih satu hari untuk update informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat sedangkan masyarakat membutuhkan waktu sesegera mungkin untuk mendapatkan update informasi. Selain karena media sosial lebih cepat dalam meneruskan informasi kepada masyarakat, saat ini instansi pemerintah memang diwajibkan untuk menggunakan media sosial untuk mempublikasikan kebijakan-kebijakannya.

Strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY saat ini juga diikuti oleh Humas Kabupaten Kota seperti membuat konten infografis update data Covid-19. Perbedaannya jika Humas Pemda DIY update data Covid-19 Provinsi, jika Humas Kabupaten Kota hanya mengeluarkan update data Covid-19 per-Kabupaten Kota. Dengan adanya update data Covid-19 tersebut merupakan salah satu bentuk transparansi data yang perlu diketahui oleh publik.

Sesuai dengan hasil penelitian bahwa Humas Pemda DIY selalu update informasi berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 seperti program prioritas vaksinasi, lokasi vaksin, kemudian bagaimana agar masyarakat dapat mengakses lokasi-lokasi vaksin yang telah disediakan oleh pemerintah tersebut. Kemudian juga update peta resiko daerah seperti daerah yang termasuk zona merah, zona hijau dan sebagainya. Selain itu humas selalu update lokasi-lokasi shelter yang pada saat itu terdapat peningkatan kasus kematian terjadi di lingkup isoman masyarakat. Humas Pemda DIY juga memberikan edukasi ke masyarakat bahwa pemerintah memiliki shelter untuk para OTG (Orang Tanpa Gejala) agar mereka tidak menularkan Covid-19 ke lingkup sekitar seperti klaster keluarga. Untuk memperbaiki citra pemerintah ketika ada pemberitaan buruk seperti kelangkaan oksigen di Rumah Sakit Sardjito, pihak humas kemudian berkolaborasi dengan humas Rumah Sakit Sardjito untuk mempublikasikan informasi yang dapat menenangkan masyarakat namun bukan bersifat membenaran. Seperti salah satu contohnya humas memberikan informasi bahwa Pemerintah Daerah telah menunjuk Satgas khusus oksigen sebagai perencanaan strategi *media relations*.

Untuk melakukan strategi yang telah dilakukan oleh Humas Pemda DIY tersebut juga dituangkan dalam bentuk aktivitas *media relations* yaitu pembuatan *press release* dan mengadakan *press conference*. *Press release* menurut Warren (dalam Darmastuti, 2012:181) merupakan kegiatan *media relations* dalam bentuk tulisan berisikan informasi yang dibuat oleh organisasi untuk memaparkan aktivitas organisasi. *Press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY memiliki tujuan untuk memberikan klarifikasi berita yang informatif. Jika pada masa pandemi Covid-19 *press release* dibuat untuk memberikan berita atau informasi yang tidak membuat masyarakat cemas namun tetap bersifat informatif. Informasi yang dibuat berdasarkan data yang akurat untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

*Press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY sangat beragam tidak hanya berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 namun seluruh program kerja yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta ditulis pada website resmi yaitu <https://jogjaprovo.go.id> agar masyarakat dapat mengakses informasi berkaitan dengan program

kerja yang telah dilakukan oleh Pemerintah daerah. Kategori *press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY selain berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 yaitu seperti berkaitan dengan ekonomi, pariwisata, pendidikan, kemasyarakatan atau bahkan kebudayaan dan beberapa kategori lainnya berkaitan dengan Pemda DIY.

Peneliti menganalisis dari *press release* yang dibuat oleh Humas Pemda DIY sudah berdasarkan dengan teori bahwa Humas Pemda DIY membuat atau mempublikasikan *press release* berisikan informasi yang ditujukan kepada masyarakat untuk memaparkan aktivitas atau program kegiatan yang dilakukan oleh Pemda DIY dengan bentuk tulisan.

Sedangkan untuk *press conference*, *Press conference* menurut Jefkins (1992:119) (dalam Darmastuti, 2012:181) adalah perjumpaan oleh beberapa jurnalistik yang memiliki tujuan untuk memperoleh berita atau data berhubungan dengan suatu organisasi yang kerap sekali diperbincangkan. Kegiatan *press conference* dilakukan oleh organisasi untuk memberi penjelasan terkait masalah yang sedang dialami oleh organisasi dengan pihak lain yang bersangkutan. Tujuan Humas Pemda DIY mengadakan *press conference* yaitu untuk membagikan beberapa kebijakan atau update kebijakan yang telah dibuat. Terutama pada masa pandemi *press conference* diadakan untuk memberikan informasi kebijakan berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19. Selain itu kegiatan *press conference* juga bisa dilakukan untuk meluruskan beberapa isu yang beredar yang dapat menyebabkan perselisihan antar publik.

*Press conference* merupakan aktivitas *media relations* yang pasti digunakan atau dilakukan oleh para instansi terutama instansi Pemerintah. Sesuai dengan temuan penelitian, persiapan ketika akan melaksanakan kegiatan *press conference* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY yaitu seperti mempersiapkan tempat, mempersiapkan *sound system* dan beberapa alat-alat lainnya yang dibutuhkan untuk kegiatan liputan *press conference*. *Press conference* dilakukan berdasarkan perintah dari pimpinan contohnya ketika Pimpinan Daerah ingin menyampaikan beberapa hal yang memang perlu untuk diketahui oleh publik. *Press conference* yang dilakukan terkadang bersifat konfirmasi atau informasi arahan lebih lanjut dari Ngarsa Dalem. *Press conference* yang berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 biasanya dilakukan dengan menggandeng Dinas Kesehatan.

Hasil dari analisis peneliti yaitu kegiatan *press conference* yang dilaksanakan oleh Humas Pemda DIY sudah sesuai dengan teori yang telah dituliskan jika *press conference* merupakan agenda perjumpaan oleh beberapa jurnalistik yang mungkin terkadang sudah terjadwal dengan Humas Pemda DIY untuk memperoleh berita berkaitan dengan Pemda DIY agar pihak media dapat mempublikasikan hasil dari kegiatan *press conference* tersebut.

Setelah melakukan beberapa strategi *media relations* yang sudah dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19, maka tingkat keberhasilan dari strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY bisa dikatakan relatif berhasil menggunakan media sosial sebagai corong komunikasi pemerintah karena setiap kebijakan yang telah dipublikasikan oleh humas melalui media sosial rata-rata mendapatkan respon yang cukup tinggi dan respon yang baik dari masyarakat. Namun untuk kebermanfaatannya, kemudian apakah publik itu memahami informasinya atau tidak, humas belum mengukur sampai sejauh itu.

### **3. Hambatan Yang Ditemukan Dalam Melaksanakan *Media Relations* Penanganan Kasus Covid-19**

Berdasarkan hasil temuan, ditemukan beberapa hambatan *media relations* yang ditemui baik dalam penanganan kasus Covid-19 maupun *media relations* diluar untuk penanganan kasus Covid-19. Hambatan tersebut kurang lebih seputar perbedaan pendapat, beredarnya berita *hoax* baik di media sosial maupun media massa yang dapat menimbulkan perdebatan, kemudian proses konfirmasi yang membutuhkan waktu tidak sebentar. Terlebih di masa pandemi banyaknya isu-isu terkait dengan pandemi, isu-isu terkait dengan Pimpinan Daerahnya dan segala macam isu yang beredar. Bahkan dengan beredarnya isu tentang pandemi, bukan berarti isu diluar pandemi itu menghilang justru humas jadi bekerja dua kali untuk kontering isu pandemi dan isu diluar pandemi.

Dari beberapa hambatan tersebut Humas Pemda DIY memiliki beberapa strategi untuk menanganinya seperti contohnya ketika ada berita *hoax* pihak humas segera melakukan pemeriksaan kembali atau *crosscheck* berita yang beredar tersebut berasal darimana, kemudian pihak humas segera melakukan publikasi untuk menangkal dan menganulir berita *hoax* tersebut dengan melakukan pemetaan untuk menciptakan antisipasi dari isu-isu yang beredar. Seperti contoh misalkan Pemerintah Daerah tidak berkata seperti isu yang beredar maka humas segera mungkin melakukan konfirmasi dan melayangkan hak keberatan kepada media yang membuat isu tersebut. Pihak humas selalu memaksimalkan dan menggunakan hak atau elemen-elemen yang ada untuk dapat menciptakan pemberitaan yang berimbang.

Hambatan atau kendala yang ditemui dalam melakukan *media relations* dibahas pada saat kegiatan evaluasi. Menurut Quarles dan Rowling (1993:49) (dalam Putra, 1999:70) evaluasi merupakan program untuk mengukur apa yang sebenarnya terjadi terhadap tujuan yang dikembangkan dalam suatu rancangan. Menurut Gruning dan Hunt (1984) (dalam Putra, 1999:72) pada umumnya program evaluasi kegiatan humas dibagi menjadi dua yaitu evaluasi

proses dan evaluasi hasil. Untuk evaluasi proses humas melakukan koordinasi berkaitan dengan isu-isu ada beberapa waktu lalu. Dari isu-isu tersebut mana saja yang kurang bisa difokuskan penanganannya atau bisa dikatakan *flashback* kegiatan satu bulan terakhir kemudian *impact* yang bagus seperti apa dan kekurangannya dimana. Sedangkan evaluasi hasil berdasarkan yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY yaitu meliputi pengukuran pemberitaan negatif dan positif yang menjadi perhatian publik.

#### 4. Analisis SWOT

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan Analisis SWOT untuk menganalisis kinerja Humas Pemda DIY terutama pada aktivitas *media relations*. Analisis SWOT merupakan alat yang dapat dimanfaatkan sebagai alat dalam mengukur *Stregth* atau Kekuatan, *Weakness* atau Kelemahan, *Opprtunities* atau Peluang dan *Threats* atau Ancaman.

##### a) *Stregth* (Kekuatan)

*Stregth* adalah analisis kekuatan berhubungan dengan situasi dan kondisi suatu lembaga atau organisasi. Berdasarkan analisis peneliti dan teori yang ada, kekuatan yang dimiliki oleh Humas Pemda DIY yaitu Humas Pemda DIY memiliki media sosial yang sudah centang biru artinya sudah *verified*. Melalui media sosial yang sudah *verified* maka ketika humas mempublikasikan berita atau informasi melalui media sosial maka masyarakat akan lebih mempercayai dengan informasi atau berita kebijakan yang diberikan. Selain itu Humas Pemda DIY juga memiliki official website yaitu <https://jogjaprov.go.id> yang berisikan berita dan informasi kebijakan. Melalui media sosial dan media online tersebut maka informasi akan lebih cepat tersampaikan kepada masyarakat.

Melalui media sosial yang dimiliki oleh humas, terdapat kenaikan jumlah statistik mulai dari bertambahnya *followers* sampai dengan banyaknya interaksi komentar di media sosial. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan meningkatnya kesadaran masyarakat dengan adanya media sosial yang dimiliki oleh humas sebagai sumber informasi.

##### b) *Weakness* (Kelemahan)

Untuk menganalisis *weakness* atau kelemahan dapat dilihat dari masalah yang menjadi faktor kelemahan yang dimiliki oleh suatu lembaga atau organisasi. Berdasarkan teori temuan penelitian, peneliti menganalisis bahwa kelemahan yang ditemukan yaitu bahwa humas kekurangan tim khusus untuk membagi isu-isu yang sedang beredar karena humas sendiri mengalami kesulitan ketika membagi fokus untuk tiap isu-isu tersebut dikarenakan kurangnya tim khusus. Selain itu terdapat kelemahan dalam proses *crosscheck* konfirmasi dari isu yang beredar dan membutuhkan waktu tidak sebentar sedangkan pada satu sisi terdapat isu yang

memang humas itu sendiri belum yakin benar atau tidak isu tersebut, sementara itu masyarakat juga membutuhkan konfirmasi segera mungkin.

c) *Opportunities* (Peluang)

*Opportunities* atau peluang merupakan analisis yang digunakan untuk menunjukkan suatu keadaan yang menjadi suatu kesempatan yang akan dilakukan terkait dengan kepentingan organisasi atau lembaga. Berdasarkan teori dan temuan penelitian, Peluang yang dimiliki adalah Humas Pemda DIY yaitu memiliki hubungan baik dengan para rekan-rekan media contohnya seperti memiliki grup media sosial yaitu *WhatsApp* dengan pihak media dan para wartawan, dengan begitu memudahkan pihak media untuk mendapatkan informasi dari pihak humas yang akan disebarluaskan oleh pihak media atau wartawan ke platform masing-masing. Selain itu Humas Pemda DIY juga menyediakan tempat dan fasilitas untuk rekan-rekan media dan wartawan bekerja. Dalam hal tersebut pihak humas dapat membantu rekan-rekan media untuk membuat berita, mempublish berita serta diskusi terkait dengan penyiaran berita. Dengan begitu Humas Pemda DIY memiliki peluang untuk dapat selalu bekerjasama yang baik dengan pihak media.

d) *Threats* (Ancaman)

*Threats* atau ancaman adalah analisis yang digunakan untuk menunjukkan suatu ancaman yang dihadapi oleh lembaga atau organisasi yang menjadi penghambat organisasi tersebut untuk lebih berkembang dan lebih maju. Berdasarkan teori dan temuan penelitian, peneliti menganalisis bahwa ancaman untuk Humas Pemda DIY yaitu banyak beredarnya berita *hoax* yang dapat menimbulkan perdebatan terutama perdebatan di media sosial. Selain itu banyaknya isu dari beberapa pihak media. Dengan adanya pemberitaan yang tidak sesuai fakta maka dapat terjadi penurunan citra atau pandangan yang buruk dari masyarakat. Dengan begitu dikhawatirkan masyarakat tidak lagi merespon serta mendukung program kebijakan pemerintah. Jadi tantangan paling berat yang dihadapi oleh humas yaitu bagaimana humas bisa memberikan respon secara cepat, akurat kepada masyarakat agar masyarakat memiliki kepercayaan atau *trust* kepada pemerintah dari sumber yang terpercaya.

## 5. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

a) Penelitian yang dilakukan oleh Anugerah dan Drajat (2021) dengan judul “Strategi *Media Relations* Pemerintah Kabupaten Bandung dalam Menangani Krisis Pandemi Covid-19”. Perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini yaitu berkaitan dengan langkah-langkah atau tahapan *media relations* yaitu jika penelitian terdahulu meliputi mengamati isu masalah, membuat undangan kegiatan,

mengkondisikan dialog dengan para narasumber, mengkondisikan wawancara dengan narasumber, monitoring berita dan analisis media. Sedangkan tahapan *media relations* penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu meliputi memperoleh sumber data dari dan mempublikasikan data harian. Sedangkan perbandingan untuk media partner, jika Pemerintah Kabupaten Bandung memiliki media partner media cetak, elektronik televisi dan radio serta media online. Humas Pemda DIY memiliki media partner yang terdiri dari media cetak, media online, serta media elektronik televisi dan radio. Namun Humas Pemda DIY juga menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Dan untuk perbandingan alasan menggunakan program *media relations* yaitu jika Pemerintah Kota Bandung yang Pertama, ingin mensosialisasikan protokol kesehatan. Kedua, sebagai alat untuk penyebaran informasi dan edukasi berkaitan dengan isu Kabupaten Bandung. Ketiga, Pemerintah Kabupaten Bandung memiliki kerjasama yang baik dengan rekan-rekan media. Keempat, media dapat mewakili pesan dari masyarakat. Sedangkan Humas Pemda DIY ingin mengelola isu untuk mengembalikan kepercayaan publik seperti penanganan kasus kelangkaan oksigen dan program prioritas vaksinasi Covid-19, mengelola isu aktual seputar Covid-19 berbasis data berdasarkan data pasien Covid-19 dan untuk mengembangkan media center.

b) Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat *et al* (2020) dengan judul “Digital Media Relations Pendekatan Public Relations dalam Menyosialisasikan Social Distancing di Kota Bandung”. Perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini yaitu jika penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *public relations* pemerintah Kota Bandung memberikan partisipasi terkait dengan kebijakan *social distancing* melalui program sosialisasi pendekatan media digital. Media yang dituju yaitu sosial media yang merupakan akun resmi dari Humas Bandung yaitu @humasbdg. Akun tersebut digunakan untuk beragam sosial media diantaranya Instagram, Facebook, dan Youtube. Pendekatan melalui sosial media dapat menciptakan dukungan dari masyarakat kota Bandung untuk menjalankan *social distancing*. Sosialisasi yang dilaksanakan oleh *public relations* pemerintah kota Bandung bersifat konsisten dan berkelanjutan melalui konten-konten yang telah terstruktur dengan baik sehingga setiap harinya konten tersebut selalu mengisi konten akun sosial media sehingga masyarakat kota Bandung mempercayai informasi yang disuguhkan oleh pemerintah kota Bandung. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini menunjukkan bahwa Humas Pemda DIY memberikan informasi program kebijakan Pemerintah Daerah berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 seperti penanganan kasus kelangkaan oksigen, program prioritas vaksinasi Covid-19, informasi lokasi-lokasi *shelter*

serta memberikan edukasi kepada publik untuk mencegah berita *hoax* dan informasi berkaitan dengan data penambahan kasus Covid-19 atau *positif rate* melalui akun media sosial milik Humas Pemda DIY yaitu Instagram, Youtube, Twitter, dan Facebook serta melalui official website <https://jogjaprovo.go.id> dan publikasi melalui media massa atau media konvensional. Serta kegiatan *press conference* dengan para rekan-rekan media.

c) Penelitian yang dilakukan oleh Bailussy dan Simabur (2021) dengan judul “*Media Relations dan Humas Polda Maluku Utara dalam Mensosialisasikan Kebiasaan Baru (New Normal) Pandemi Covid-19 di Kota Ternate*”. Perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini yaitu penelitian penelitian menghasilkan terlaksananya dalam menjalin hubungan dengan media yaitu Humas Polda Maluku Utara selalu menyediakan informasi terkait dengan *New Normal* Pandemi Covid-19 di Kota Ternate yang ditujukan untuk publik. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dalam terlaksananya menjalin hubungan dengan media, Humas Pemda DIY menyediakan informasi untuk para rekan-rekan media yang akan dipublikasikan dan ditujukan kepada masyarakat berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 seperti penanganan kasus kelangkaan oksigen, program prioritas vaksinasi Covid-19, lokasi-lokasi *shelter*. Selain itu Humas Pemda DIY bekerjasama dengan rekan-rekan media untuk kegiatan *press conference* berkaitan dengan informasi program kebijakan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah.

d) Penelitian yang dilakukan oleh Hestiana (2020) dengan judul “*Strategi Komunikasi Humas Pemkot Surakarta dalam Mengatasi Kesimpangsiuran Berita Krisis Pandemi Covid-19 di Kota Surakarta Pada Periode Maret 2020-Juni 2020*”. Perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini yaitu strategi komunikasi Humas Pemkot Surakarta dalam mengatasi kesimpangsiuran berita krisis pandemi Covid-19 meliputi menyusun tujuan dan perencanaan. Kemudian melakukan pelaksanaan seperti pemilihan komunikator dan pengelolaan pesan. Serta pelaksanaan menggunakan dan kegiatan media menggunakan media konvensional dan media online serta kegiatan *press conference* untuk menyampaikan pesan berkaitan dengan virus Covid-19. Sedangkan strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 yaitu meliputi perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19. Kemudian mengembangkan perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19. Mengelola isu untuk kepercayaan publik berkaitan dengan penanganan kasus kelangkaan oksigen dan program prioritas vaksinasi Covid-19. Kemudian strategi mengelola isu aktual seputar Covid-19 berbasis data berdasarkan

data pasien Covid-19. Dan mengembangkan media center didukung dengan kegiatan *press conference* serta menyediakan informasi dalam bentuk *press release* untuk rekan-rekan media.

e) Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dan Widiastuti (2020) dengan judul “Strategi Kampanye Public Relations “Di Rumah Aja” Oleh Pemerintah Republik Indonesia Selama Wabah Covid-19”. Perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini yaitu penelitian terdahulu menghasilkan tiga tahap yang dilakukan oleh pemerintah diantaranya pengenalan, membentuk kebiasaan baru, dan tindakan. Sedangkan efek bagi masyarakat yaitu terkait dengan aktivitas yang menjadi sulit untuk dilakukan, ekonomi masyarakat yang menurun, bertambahnya pengangguran dan terhambatnya ekonomi. Kemudian berdasarkan temuan penelitian terdahulu pemerintah telah bekerjasama dengan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube untuk kampanye “Di Rumah Aja”. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini Humas Pemda DIY pada akun media sosial maupun melalui official website <https://jogjaprov.go.id> serta publikasi melalui media massa ataupun media konvensional selalu update atau memberikan informasi berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19 seperti penanganan kasus kelangkaan oksigen, program prioritas vaksinasi Covid-19, lokasi-lokasi *shelter*, serta berkaitan dengan data-data penambahan kasus positif Covid-19. Dan strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 yaitu Pertama, perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19. Kedua, mengembangkan perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19. Ketiga, mengelola isu untuk mengembalikan kepercayaan publik. Keempat, strategi mengelola isu aktual seputar Covid-19 berbasis data. Kelima, mengembangkan media center.

f) Penelitian yang dilakukan oleh Sulistiani dan Wijaya (2021) dengan judul “Strategi Komunikasi Eksternal *Public Relations* Pemerintah Kota Salatiga di Masa Pandemi Covid-19”. Perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini yaitu penelitian terdahulu menghasilkan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan oleh *Public Relations* Pemerintah Kota Salatiga yaitu dengan memanfaatkan media sosial. Kemudian media massa dalam bentuk siaran radio ataupun iklan. Selain itu menggunakan spanduk, baliho, videotron untuk menyebarluaskan informasi berkaitan dengan Covid-19. Serta siaran keliling untuk menyebarluaskan informasi berkaitan dengan Covid-19 kepada masyarakat bagi masyarakat yang tidak menggunakan media sosial. Dan pusat informasi dengan menyediakan layanan saluran telepon atau *hotline* supaya masyarakat dapat menghubungi nomor *hotline* untuk penanganan kasus Covid-19. Sedangkan hasil penelitian

yang dilakukan oleh peneliti saat ini yaitu strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan Kasus Covid-19 menggunakan media sosial, media massa maupun media konvensional dan official website <https://jogjaprovo.go.id> sebagai sarana untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19. Strategi *media relations* tersebut meliputi perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19. Kemudian mengembangkan perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19. Mengelola isu untuk kepercayaan publik berkaitan dengan penanganan kasus kelangkaan oksigen dan program prioritas vaksinasi Covid-19. Kemudian strategi mengelola isu aktual seputar Covid-19 berbasis data berdasarkan data pasien Covid-19. Dan mengembangkan media center.

g) Penelitian yang dilakukan oleh Kamil (2020) dengan judul “*Role of Public Relations in Crisis Management with the Coronavirus Crisis as an Example: A case Study on the UAE*”. Perbandingan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini yaitu penelitian terdahulu membuktikan bahwa UEA dalam menangani keadaan krisis tersebut telah mengambil tindakan seperti merehabilitasi unit kesehatan dan rumah sakit serta melakukan pemeriksaan kesehatan bagi negara-negara pendatang. Selain itu juga melakukan tindakan yang cepat, tegas dan tepat untuk pasien yang diduga terkena virus Covid-19. Kemudian Kementerian Pendidikan UEA mengembangkan rencana strategis untuk pembelajaran jarak jauh. Begitu juga dengan Kementerian Kesehatan UEA telah menyebarkan informasi dengan mengadakan *press conference* berkaitan dengan Covid-19. Sedangkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti saat ini Humas Pemda DIY memiliki lima strategi *media relations* dalam penanganan kasus Covid-19 yang meliputi Pertama, perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19. Kedua, mengembangkan perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19. Ketiga, mengelola isu untuk mengembalikan kepercayaan publik berkaitan dengan penanganan kasus kelangkaan oksigen dan program prioritas vaksinasi Covid-19. Keempat, strategi mengelola isu aktual seputar Covid-19 berbasis data berdasarkan data pasien Covid-19. Kelima, mengembangkan media center dengan menyediakan *press release* untuk para rekan-rekan media dan mengadakan *press conference* berkaitan dengan penanganan kasus Covid-19.

## BAB IV

### PENUTUP

Dalam bab ini peneliti memberikan kesimpulan berhubungan dengan penelitian yang telah dilakukan, memaparkan keterbatasan penelitian, serta memberikan saran berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya.

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “**Strategi Media Relations Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta**”, peneliti memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Humas Pemda DIY memiliki peran dalam aktivitas *media relations* yaitu memberikan program informasi kebijakan kepada masyarakat yang tujuannya supaya masyarakat mengetahui program kegiatan yang telah dilakukan pemerintah. Kemudian berperan dalam memberikan edukasi kepada publik untuk mencegah berita *hoax* berkaitan dengan kasus Covid-19 maupun tidak berkaitan dengan isu Covid-19. Serta berperan dalam memberikan informasi dan data secara transparan.
2. Untuk Strategi *Media Relations* Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19, Humas Pemda DIY memiliki lima strategi yaitu meliputi perencanaan strategi berbasis Satgas Covid-19, mengembangkan strategi berbasis Satgas Covid-19, mengelola isu untuk mengembalikan kepercayaan publik, strategi mengelola isu aktual seputar Covid-19 berbasis data dan mengembangkan media center. Strategi tersebut dipublikasikan melalui rekan-rekan media massa maupun konvensional, official website milik humas yaitu <http://jogjaprov.go.id/> serta platform media sosial milik humas yang sudah *verified* yaitu *Instagram, Twitter, Youtube, dan Facebook*. Dari media sosial milik Humas Pemda DIY yang sudah *verified* maka artinya platform media sosial tersebut dapat dijadikan sumber informasi terpercaya.
3. Proses pelaksanaan strategi *media relations* dalam penanganan kasus Covid-19 melalui dua tahapan terdiri dari memperoleh sumber data dari Dinas Kesehatan DIY kemudian setelah memperoleh data tersebut, Humas Pemda DIY mempublikasikan data harian berdasarkan aplikasi yang digunakan oleh Dinas Kesehatan melalui official website, platform media sosial serta diteruskan kepada rekan-rekan media massa maupun konvensional.
4. Setelah melakukan beberapa strategi, Humas Pemda DIY melakukan kegiatan evaluasi dengan melakukan koordinasi berkaitan dengan isu yang beredar. Jangka waktu yang

diperlukan regulernya satu kali dalam sebulan, namun adanya pandemi evaluasi dilakukan secara insidental. Dalam kegiatan evaluasi umumnya membahas berita-berita negatif termasuk dengan hambatan yang ditemukan selama pelaksanaan *media relations*.

5. Beberapa hambatan yang ditemukan oleh Humas Pemda DIY berkaitan dengan *media relations* dalam penanganan kasus Covid-19 yaitu proses *crosscheck* konfirmasi yang membutuhkan waktu cukup lama berhubungan dengan berita yang beredar. Kemudian beredarnya berita *hoax* atau isu yang ada di media yang dapat menyebabkan munculnya perdebatan. Serta hambatan dalam proses pemetaan media yang sering membuat isu baik isu tentang Covid-19 maupun isu tentang Pemerintah Daerah. Dan hambatan yang paling umum yaitu adanya perbedaan pendapat.

### **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan berkaitan dengan peneliti maupun objek penelitian sebagai berikut :

1. Peneliti kesulitan dalam menentukan waktu atau jadwal untuk bertemu dengan narasumber dikarenakan padatnya jadwal dari para narasumber.
2. Peneliti menganggap dalam memaparkan hasil penelitian belum maksimal baik dari aspek pengumpulan data, analisis data maupun aspek penulisan penelitian. Untuk itu dengan adanya keterbatasan penelitian, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dengan tema yang sama terkait *media relations* agar dapat mengembangkan dan mengolah data lebih maksimal.

### **C. Saran**

Supaya penelitian selanjutnya lebih berkembang dan lebih maksimal, peneliti mempunyai beberapa saran bagi penelitian selanjutnya yang meliputi :

1. Saran bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik *media relations* sebaiknya memahami lebih dalam terkait *media relations* agar dapat memperkaya teori dan dapat mempermudah untuk melakukan penelitian. Dengan begitu tidak kesulitan dalam menguraikan hasil penelitian supaya hasil yang dipaparkan lebih baik dari penelitian sebelumnya. Dan lebih memperdalam beberapa kegiatan-kegiatan *media relations* lainnya yang dilakukan oleh suatu instansi atau perusahaan.
2. Diharapkan Humas Pemda DIY dapat selalu memberikan atau menyajikan informasi data yang transparan agar masyarakat selalu mengetahui data riil yang ada di lapangan sehingga dapat menjaga citra Pemerintah Daerah. Dengan begitu pemerintah akan selalu

mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat berkaitan dengan program kebijakan pemerintah.

3. Diharapkan agar Humas Pemda DIY dapat selalu melakukan akitivtas *media relations* bersama dengan rekan-rekan media agar hubungan baik dengan media tetap terjaga sehingga dapat mempermudah pihak humas dalam melakukan publikasi di media. Humas Pemda DIY disarankan agar selalu mengembangkan konten media sosial yang dikemas secara lebih menarik.
4. Pihak Humas Pemda DIY diharapkan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dalam penanganan kasus Covid-19 agar kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat terus berkurang.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Basrowi & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipa.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations Konsep, Strategi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Iriantara, Y. (2005). *Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Junaedi, et al. (2020). *Dinamika Komunikasi Di Masa Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Kusumastuti, F. (2002). *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Moore, H. F. (2005). *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Putra, I. G. N. (1999). *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rangkuti, F. (2000). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sumadiria, A. H. (2008). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Widodo, Y. (2011). *Modul Manajemen Media Cetak*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya.
- Yin, R. K. (2012). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

## Jurnal

- Anugerah, S., & Drajat, M. S. (2021). Strategi Media Relations Pemerintah Kabupaten Bandung dalam Menangani Krisis Pandemi Covid-19. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(2), 580-585.  
<http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/29994>
- Bailussy, W., & Simabur, L.A. (2021). MEDIA RELATIONS DAN HUMAS POLDA MALUKU UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN KEBIASAAN BARU (New Normal) PANDEMI COVID-19 DI KOTA TERNATE. *Jurnal Beja*, 1(1), 50-60.  
<http://ejournal.umbandung.ac.id/index.php/beja/article/view/97>
- Fadhal, S. (2020). Komunikasi Publik Di Tengah Krisis: Tinjauan Komunikasi Pemerintah Dalam Tanggap Darurat Pandemi Covid-19. *Media, Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19*, 1–25. <https://eprints.uai.ac.id/1469/>.
- Hestiana. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemkot Surakarta dalam Mengatasi Kesimpangsiuran Berita Krisis Pandemi Covid-19 di Kota Surakarta Pada Periode Maret 2020-Juni 2020. *Jurnal Komunikasi Massa*.  
<https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D1218022.pdf>
- Hidayat, L., & Dias, M. (2020). Digital Media Relations Pendekatan Public Relations Dalam Menyosialisasikan Social Distancing Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 257. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3575>
- Kamil, A. (2020). “Role of Public Relations in Crisis Management with the Coronavirus Crisis as an Example: A Case Study on the UAE.” *Global Media Journal*, 18(35), 1–6.  
<https://www.globalmediajournal.com/open-access/role-of-public-relations-in-crisis-management-with-the-coronavirus-crisis-as-an-example-a-case-study-on-the-uae.pdf>
- Maulana, P. S., & Afifi, S. (2021). Analisis Peran dan Fungsi Public Relations di Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*. 1(2). 147-162.  
<https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss2.art7>
- Pamungkas, A. T., & Pramesti, O. L. (2021). KEBIJAKAN REDAKSIONAL MEDIA LOKAL DI YOGYAKARTA DALAM PEMBERITAAN COVID-19. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 25(2), 87-199.  
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/view/3794>
- Sulistiani, T. N. A., & Wijaya, L. S. (2021). Strategi Komunikasi Eksternal Public Relations Pemerintah Kota Salatiga di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PIKMA : Publikasi Media dan Cinema*, 4(1), 25-39. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma>
- Widiastuti, N. (2020). “Strategi Kampanye Public Relations ‘Di Rumah Aja’ Oleh Pemerintah Republik Indonesia Selama Wabah Covid-19.” *Visioner: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(2), 275–87. <http://103.78.9.46/index.php/vis/article/view/487>.

## Skripsi

- Azis, A. (2018). Strategi Media Relation Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi Publik. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/8635>.
- Dwijayanti, D, A. (2016). Kinerja Humas Dalam Menjalankan Media Relations di Pemerintah Kota Palembang. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang. <http://repository.radenfatah.ac.id/5201/1/Skripsi%20Kinerja%20Humas%20Dalam%20Menjalankan%20Media%20Relations%20Di%20Pemerintah%20Kota%20Palembang.pdf>
- Dwithya, M, F. (2018). 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). Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/10018>

### **Internet**

- Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta. (2020). Kinerja Pemda DIY dalam menangani COVID-19 Terbaik. Diambil dari <https://diskominfo.jogjaprov.go.id/berita/baca/kinerja-pemda-diy-dalam-menangani-covid-19-terbaik> (diakses 17 Juli 2021)
- Nurjanah, Sri. (2020). Penanggulangan COVID-19 melalui Media Informasi oleh Pemerintah. Diambil dari <https://www.kompasiana.com/srinurjanah2825/5e749f0b097f365c3c2e77d2/penanggulang-covid-19-melalui-media-informasi-oleh-pemerintah> (diakses 23 Juni 2021)
- Sebayang, R. (2020). WHO Nyatakan Wabah COVID\_19 jadi Pandemi, Apa Maksudnya?. Diambil dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200312075307-4-144247/who-nyatakan-wabah-covid-19-jadi-pandemi-apa-maksudnya> (diakses 31 Maret 2021)
- Subarkah, L. (2020). Update Covid-19 DIY: Kasus Baru dan Pasien Sembuh Seimbang. Diambil dari <https://kabar24.bisnis.com/read/20200926/15/1297018/update-covid-19-diy-kasus-baru-dan-pasien-sem-buh-berimbang> (diakses 27 April 2021)
- Triwibowo, W. (2020). Analisis Pemerintah masih bisa perbaiki komunikasi krisis pandemi yang sejauh ini gagal. Diambil dari <https://theconversation.com/analisis-pemerintah-masih-bisa-perbaiki-komunikasi-krisis-pandemi-yang-sejauh-ini-gagal-134542> (diakses 16 Juni 2021)

## LAMPIRAN

### PANDUAN WAWANCARA

#### Judul Penelitian :

Strategi Media Relations Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta

#### Tujuan Penelitian :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi media relations yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui hambatan pelaksanaan kegiatan media relations dalam penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY.

#### Objek Penelitian :

Humas Pemda DIY

#### Peneliti :

Ratnamellia Shinta Kumaralalitya

#### Daftar Pertanyaan :

#### Profil Organisasi :

1. Visi Misi Humas Pemda DIY
2. Struktur Organisasi Humas Pemda DIY
3. Jumlah Staff Humas Pemda DIY
4. Tugas pokok dan fungsi Humas Pemda DIY
5. Gambaran umum aktivitas Humas Pemda DIY

#### Latar Belakang dan Tujuan Media Relations :

1. Apa yang menjadi latar belakang adanya media relations di Humas Pemda DIY?
2. Apa saja tujuan dari adanya media relations di Humas Pemda DIY?

#### Peran dan Fungsi Media Relations :

1. Bagaimana peran kegiatan media relations yang dilakukan oleh Humas terkait dengan penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apa fungsi kegiatan media relations untuk penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta?

#### Strategi Media Relations Penanganan Kasus Covid-19 :

1. Bagaimana strategi media relations dari Humas Pemda DIY untuk penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Bagaimana proses pelaksanaan kegiatan media relations untuk penanganan kasus Covid-19?
3. Bagaimana tahap-tahap pelaksanaan kegiatan media relations untuk penanganan kasus Covid-19?
4. Bagaimana Humas Pemda DIY dalam menjaga citra melalui media relations? Terutama di pada saat pandemi Covid-19 seperti saat ini.

**Pemilihan Media :**

1. Media apa saja yang bekerjasama dengan Humas Pemda DIY?
2. Mengapa memilih untuk bekerjasama dengan beberapa media tersebut?
3. Melalui media apa ketika berkomunikasi dengan pihak media?
4. Dengan cara apa Humas Pemda DIY dalam memberikan informasi kepada pihak media atau wartawan?
5. Kapan saja waktu atau jadwal Humas Pemda DIY dalam memberikan informasi kepada pihak media atau wartawan?
6. Apa saja kendala yang dihadapi ketika bekerjasama dengan pihak media atau wartawan?

**Pandemi dan Kegiatan Media Relations :**

1. Apa saja faktor pendukung terlaksananya kegiatan media relations?
2. Kegiatan media relations apa saja yang dilakukan untuk penanganan kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Bagaimana Humas Pemda DIY dalam melakukan kegiatan media relations sebelum adanya pandemi Covid-19?
  - a. Press Release :
  - b. Press Conference :
  - c. Kunjungan Pers :
  - d. Media Gathering :
  - e. Press Tour :
4. Bagaimana Humas Pemda DIY dalam melakukan kegiatan media relations selama pandemi Covid-19?
  - a. Press Release :
  - b. Press Conference :
  - c. Kunjungan Pers :
  - d. Media Gathering :
  - e. Press Tour :
5. Apakah kegiatan media relations yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY terkait kasus Covid-19 telah menunjukkan keberhasilan sesuai dengan tujuan dan target yang telah ditetapkan?
6. Hambatan atau kendala apa saja yang dialami ketika melaksanakan kegiatan media relations terutama kegiatan media relations dalam penanganan kasus Covid-19?
7. Bagaimana mengatasi hambatan atau kendala yang dihadapi dalam melaksanakan kegiatan media relations?

**Evaluasi :**

1. Bagaimana sistem evaluasi media relations Humas Pemda DIY?
2. Apakah ada jangka waktu dalam melakukan evaluasi media relations? Jika ada, berapa lama jangka waktu untuk melakukan evaluasi tersebut?
3. Laporan apa saja yang dibahas dalam evaluasi media relations?

## **TRANSKRIP WAWANCARA**

### **Transkrip wawancara dengan Bapak Ditya Nanaryo Aji selaku Kepala Bagian Hubungan Masyarakat, 21 Oktober 2021**

Pewawancara : Siang om, jadi pertama aku mau nanya om Ditya ini menjadi Kepala Bagian Humas ini sejak kapan ya?

Narasumber : Oke jadi saya tugas di Humas itu sejak 2019, 2019 Mei kalo gak salah, jadi udah 2 tahun ya. Nah sebelumnya saya di Bappeda Kepala Kantor Penelitian BPPSD jadi UPT Bappeda gitu.

Pewawancara : Karena berkaitan dengan skripsi ku ini strategi media relations jadi yang pertama aku mau nanya apa yang menjadi latar belakang adanya media relations di Humas Pemda DIY ini?

Narasumber : Jadi gini, sebelum tahun 2019, aku cerita tentang ketugasan dari humas kaitannya dengan media relations. Jadi sebelum di Biro Umum Humas dan Protokol, humas itu ada di Kominfo yaitu Dinas Komunikasi dan Infromati Pemda DIY. Nah tapi dengan adanya SOTK baru humas itu dipindah di Biro Umum Humas dan Protokol. Nah sebenarnya secara ketugasan ini yang mungkin kalo ceita agak panjang, tapi singkatnya dulu waktu di Kominfo ketugasan humas itu adalah menghumasi atau jadi PR lah isitilahnya itu Pimpinan Daerah. Pimpinan Daerah itu ada tiga ada Gubernur, Wakil Gubernur sama Sekretaris Daerah. Nah kemudian pindah ke Biro Umum Humas dan Protokol sekarang ini kita secara ketugasan menghumasi atau jadi PR nya Pemerintah daerah jadi luas lagi tidak hanya Pimpinan Daerah tapi juga Pemerintah Daerah. Artinya kami di humas itu memiliki ketugasan untuk mempublikasikan, mendokumentasikan, menyiarkan berita, menjaga citra Pemerintah daerah. Tidak hanya Pimpinan Daerah tapi Pemerintah Daerah didalamnya itu ada OPD OPD yang lain ada sektor-sektor yang lain. Tidak hanya Pimpinan Daerah tapi Pemerintah Daerah jadi lebih luas. Nah tadi pertanyaannya apa yang menjadi adanya latar belakang media relations, kalo secara keilmuan secara umum semua institusi itu perlu adanya media relations perlu adanya PR karena ada beberapa hal yang menjadi kewajiban suatu institusi diantaranya transparasi dalam hal pertanggung jawaban kepada masyarakat. Kalo pemerintah harus bertanggung jawab ke masyarakat karena yang membiayai pemerintah kan pajak dari masyarakat tapi kalo perusahaan swasta yang lain yang non government itu mereka perlu PR itu mereka mempertanggung jawabkan kinerja ke stakeholder yang membiayai si pemerintah swasta itu. Kalo di sisi intansi pemerintah itu kita mempunyai kewajiban untuk mempertanggung jawabkan program-program kegiatan apapun yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat caranya banyak salah satunya dengan menjalin PR tadi dengan masyarakat nah terus selain transparasi publik itu kita juga perlu adanya media relations itu untuk menjaga citra pemerintah. Jadi mudahnya ketika suatu pemerintah itu punya program kebijakan kemudian

masyarakat itu mengetahui dengan baik suatu program itu maka mereka akan memberikan respon bisa secara langsung mendukung atau harapan paling bagus mendukung program kegiatan itu atau paling tidak mengetahui nah ketika program suatu kebijakan pemerintah itu tidak diketahui langsung oleh masyarakat maka yang terjadi masyarakat sifatnya pesimis kemudian apriori dan sebagainya disini perlu adanya PR atau kehumasan gitu.

Pewawancara : Oke mungkin ini juga sudah menjawab yang tujuan media relations ya om.

Narasumber : Jadi tujuan besarnya itu adalah menginformasikan program-program kegiatan kebijakan dari Pemerintah Daerah.

Pewawancara : Oke yang selanjutnya bagaimana peran kegiatan media relations yang dilakukan oleh humas terkait dengan penanganan kasus covid yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta?

Narasumber : Jadi mungkin jawabannya lebih dahulu saya informasikan dari ketugasan humas sendiri ya. Di sub Pemerintah Daerah itu setiap Pemerintah Daerah itu diminta untuk membuat tim khusus untuk penanganan covid-19 namanya Satgas Covid-19. Itu di setiap level itu arahan dari Presiden ada. Jadi di Pemerintah Pusat ada, Pemerintah Daerah ada, Kabupaten Kota ada, Kecamatan bahkan sampai di level Kelurahan atau RT itu ada. Di Pemerintah daerah sendiri kami humas masuk di tim publikasi dan informasi jadi Satgas Covid-19 di DIY itu ada beberapa tim ada data dan informasi ada publikasi ada kesehatan ada relawan dan sebagainya. Humas sendiri itu masuk di publikasi nah kegiatan media relations yang dilakukan humas itu merupakan salah satu tindak lanjut dari ketugasan humas di tim publikasi Satgas Covid-19. Bentuknya adalah kami menjadi kepanjangan tangan tim-tim yang lain untuk menginformasikan data, kegiatan, kebijakan yang dikeluarkan oleh tim-tim yang lain ataupun Pemerintah Daerah secara keseluruhan berkaitan dengan Covid-19 contoh awal-awal terjadi covid di tahun 2020 itu kita humas berinisiatif untuk membuat konten melalui media sosial yang secara rutin kita keluarkan untuk menginformasikan data update harian itu ada kasus konfirmasi, sembuh, meninggal, yang masuk rumah sakit berapa, yang diperiksa tes berapa dan sebagainya. Itu rutin kita lakukan setiap hari. Itu salah satu bentuk media relations bentuk PRing kita Pemerintah Daerah tadi kembali ke yang awal saya informasikan salah satu bentuk transparansi data agar masyarakat itu mengetahui data riil yang ada di lapangan seperti apa kemudian juga untuk menjaga citra dari Pemerintah Daerah itu sendiri. Ketika masyarakat itu memiliki trust yang bagus kepada pemerintah maka masyarakat akan sukarela melakukan apa yang menjadi kebijakan pemerintah, mematuhi apa yang menjadi kebijakan pemerintah nah didalamnya itu ada banyak selain informasi data harian kita juga menginformasikan kebijakan-kebijakan seperti contoh misalkan percepatan vaksin itu kita informasikan kemudian ketersediaan bed Rumah Sakit kemudian macem-macem lah informasi-informasi yang memang dibutuhkan oleh masyarakat berkaitan dengan penanganan covid-19. Ada juga peta risiko daerah statusnya apakah itu masuk zona merah, zona hijau dan sebagainya nah itu dinamika selama awal terjadinya covid dengan sampai saat ini sangat fluktuatif. Mungkin mbak Shinta inget waktu bulan Juni Juli Agustus ketika kasus data tinggi itu cobaan paling berat kita di humas dalam hal PR jadi bagaimana kita memberikan respon secara cepat, akurat kepada masyarakat sehingga masyarakat itu mempunyai trust juga mendapatkan informasi yang cepat akurat karena banyak sekali informasi-informasi yang tidak benar atau hoax atau disinformasi yang beredar sehingga masyarakat perlu sumber yang terpercaya. Disini salah satu peran humas sebagai media relations ke masyarakat tidak hanya semata-mata mewujudkan citra Pemerintah

Daerah yang lebih baik tapi juga memberikan edukasi memberikan manfaat yang lebih kepada masyarakat.

Pewawancara : Oke om kalau fungsinya mungkin juga hampir sama ya memberikan informasi untuk masyarakat.

Narasumber : Ya jadi selain menyampaikan informasi kebijakan kami juga bekerjasama dengan Pemerintah Pusat maupun teman-teman di Dinas Kominfo itu mengedukasi sekaligus menganulir berita-berita hoax. Jadi gini sekarang di jaman yang serba cepat dengan adanya penggunaan teknologi informasi semua orang itu bisa menjadi sumber berita. Kalau jaman dulu yang namanya sumber berita itu hanya media-media mainstream kayak radio, tv, koran dan sebagainya. Kalau sekarang dengan adanya media online dan media sosial semua orang bisa jadi sumber berita agar lebih mudah menyampaikan informasi entah informasi itu terpercaya atau tidak entah itu informasi bohong atau hoax atau informasi yang benar. Nah tugasnya humas dan kominfo sebenarnya itu adalah mengkoreksi atau kemudian membenarkan yang menjadi sumber berita untuk berita-berita yang memang itu bisa merugikan masyarakat atau berita bohong karena kita mempunyai jejaring juga dengan teman-teman wartawan. Wartawan kan ada banyak ada media cetak, media online, media elektronik konvensional dan kita juga punya platform tersendiri yang itu bisa menjadi sumber berita yang terpercaya. Nah kalau mbak Shinta lihat di setiap platform media sosialnya humas itu sudah centang biru artinya sudah verified. Itu kan proses juga pengajuan ke FB, Instagramnya itu juga ada effort tersendiri agar masyarakat itu juga lebih percaya sama informasi yang diberikan. Jadi fungsinya itu tadi.

Pewawancara : Kalau selanjutnya bagaimana Strategi Media Relations Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta?

Narasumber : Oke kalau strateginya kita lebih banyak menggunakan media sosial karena walaupun tidak meninggalkan media konvensional ya jadi kami di humas ini selain mengelola media sendiri, kita media sendiri itu ada media online itu kita punya official website kita itu jogjaprov.go.id disana juga secara rutin berita-berita tentang covid kemudian ada data center juga informasi-informasi tentang covid. Jadi ada media online juga ada media sosial. Media sosialnya humas itu ada empat ada Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube. Nah kami lebih fokus ke media sosial karena kami merasa media sosial maupun media online itu bisa lebih cepat meneruskan informasi yang update secara langsung perlu disampaikan ke masyarakat. Beda kalau misalkan media cetak dia harus lewat satu hari dulu misalkan contohnya gini updateing data harian itu kan ada count of nya setiap jam empat sore jadi kita dapet data dari Dinas Kesehatan Pemda DIY dimana Dinas Kesehatan itu juga perlu sinkronisasi data dengan Kabupaten Kota dan Pusat ketika sudah selesai itu diteruskan ke kami di humas nah dari humas nanti disebar ke media-media konvensional tadi. Saya punya WA group tersendiri dimana WA group itu ada wartawan-wartawan, media-media itu yang nanti mereka akan meneruskan ke platform atau media masing-masing. Nah bedanya kalau media cetak setelah saya teruskan informasinya itu si media cetak itu baru bisa menulis keesokan harinya. Tapi kami di humas dengan menggunakan media sosial itu langsung selisih jam lah paling karena kita perlu mengolah ke bentuk konten grafis dan sebagainya itu terpaut jam pada hari yang sama. Sedangkan kalau media konvensional katakanlah media cetak atau televisi itu perlu waktu yang lebih lama untuk menginformasikan kembali ke masyarakat selain itu juga kami beranggapan bahwa dengan strategi menggunakan media sosial itu multiplayer effect nya itu lebih cepat. Orang itu lebih mudah menyebarkan kembali kalau bahasanya kalau media sosial repost lah

atau forward informasi yang kami berikan itu lebih cepat jadi saya rasa strategi kami di humas itu diharapkan bisa lebih cepat sampai ke user atau masyarakat. Nah alhamdulillah pada waktu awal-awal strategi kami di humas diikuti juga oleh temen-temen humas Kabupaten Kota. Jadi awalnya dulu humas Kabupaten Kota itu tidak membuat infografis tentang update data covid kemudian mereka karena kita di humas secara rutin mengeluarkan akhirnya mereka juga ikut mengeluarkan dengan scub yang lebih kecil. Kalau kita datanya update data covid Provinsi mereka akan mengeluarkan update data covid per Kabupaten Kota. Nah itu salah satu bentuk transparansi data informasi publik dan itu menjadi strategi kami hingga sekarang.

Pewawancara : Kalau dari strategi itu proses pelaksanaannya gimana aja om?

Narasumber : Jadi ya itu kita polanya istilahnya sudah ada SOP nya sendiri jadi sumber data sebenarnya bukan kita. humas itu sebenarnya hanya mempublikasikan sedangkan sumber data itu ada di Dinas Kesehatan DIY. Nah prosesnya jadi kalau dulu awal-awal perhitungannya secara manual artinya secara rentang garis berjenjang itu dari Puskesmas lapor ke Kabupaten Kota, Kabupaten Kota lapor ke Provinsi, Provinsi lapor ke Pusat baru kemudian Pusat menyampaikan datanya. Nah itu dengan banyaknya dinamika yang terjadi, kebutuhan-kebutuhan informasi belajar dari kesalahan dan sebagainya kemudian Pemerintah menggunakan aplikasi. Nah dengan adanya aplikasi datanya lebih akurat, lebih cepat dan dapat dipertanggung jawabkan. Pengelola aplikasinya adalah Dinas Kesehatan dibawah Kementerian Kesehatan, kami di humas tetep sebagai kepanjangan tangan bukan sebagai sumber jadi prosesnya Dinas Kesehatan kalau dulu secara manual kalau sekarang menggunakan aplikasi itu mereka akan menarik data ada count of datanya itu setiap hari jam dua terus kemudian datanya itu diberikan ke kami di humas untuk kemudian disebar ke masyarakat tadi kita ada banyak sekali platform yang ada media online kami official website, ada media sosial, kemudian media konvensional yang melalui WA grup tadi. Jadi disana ada wartawan temen-temen media yang kemudian meneruskan melalui platform masing-masing. Dan itu setiap hari ya bahkan sampai sekarang. Jadi ada penanggung jawab data di Dinkes. Datanya gini ada penambahan kasus, positif rate, kemudian ada mapping ada laporan nah ini data ini setiap hari ada lima chat itu tidak semuanya kami teruskan ke temen-temen media hanya beberapa yang memang perlu diketahui oleh media atau perlu disebarluaskan oleh media. Nah ada juga yang sifatnya itu rahasia, kan informasi ada yang informasi terbuka dan tertutup. Informasi tertutup adalah informasi yang diperlukan oleh user dalam hal Pemerintah Daerah tapi tidak untuk disebarluaskan contoh data diri. Di data mapping ini ada umur, tempat tinggal, nama, NIP jadi itu lengkap tapi tidak untuk diketahui oleh masyarakat nah itu kita keep dalam rangka untuk keperluan yang lebih teknis. Seperti pembuatan kebijakan jadi kalau data yang lebih teknis itu digunakan oleh Pemerintah daerah dalam hal ini untuk menentukan kebijakan-kebijakan yang lebih teknis. Tapi kalau informasi terbuka itu yang kemudian diteruskan ke masyarakat.

Pewawancara : Kalau tahap-tahapannya mungkin sama tadi ya. Kemudian bagaimana humas membangun citra melalui kegiatan media relations? Terutama di pandemi Covid-19 seperti saat ini.

Narasumber : Ya itu tadi kita membangun citra itu dengan cara memberikan informasi yang riil yang update yang memang perlu untuk diketahui masyarakat sehingga masyarakat itu merasa bahwa oke pemerintah ini beneran kerja oke pemerintah ini bener-bener memiliki tanggung jawab dalam penanganan covid-19 jadi setiap kebijakan yang memang perlu untuk diketahui oleh masyarakat segera kita publikasikan contoh misalkan ketika program prioritas

vaksinasi itu muncul dari Pemerintah Pusat kita sebisa mungkin menginformasikan tempat-tempat vaksin misalkan bagaimana mereka mengakses tempat-tempat vaksin yang disediakan oleh pemerintah dalam hal ini tidak hanya Pemerintah Provinsi tetapi juga Kabupaten Kota maupun pihak swasta itu kita gandeng. Kemudian waktu kasus covid naik kita menginformasikan lokasi-lokasi shelter dimana ada data yang kami dapat bahwa peningkatan kasus kematian pada waktu itu paling banyak terjadi di lingkup isoman jadi masyarakat yang tidak ada kesempatan untuk mendapatkan perawatan yang baik itu kasus presentase kematiannya akan lebih tinggi maka kita mengarahkan masyarakat untuk stay di shelter walaupun dia kelihatannya OTG, itukan cenderung merasa mereka aku mending di rumah lah daripada aku di Rumah Sakit di shalter karena aku gakpapa. Nah tapi yang terjadi oke kalau misalkan pada waktu itu Rumah Sakit penuh atau shalter penuh gitu ya itu memang sebaiknya di rumah yang OTG tapi yang terjadi menurut kajian survey dan sebagainya OTG yang di rumah itu dia cenderung menularkan covidnya itu ke lingkup sekitar mereka makanya kemudian banyak klaster keluarga kemudian banyak bermunculan klaster di suatu Kelurahan karena itu tadi si OTG merasa aku gakpapa aku mending di rumah aja tapi yang terjadi menularkan. Nah itu kita akan memberikan edukasi ke masyarakat bahwa ini lho pemerintah punya shelter. Kalau memang terkena covid sebaiknya di shelter aja jadi ketika terjadi perburukan atau kondisi kesehatan drop itu bisa segera tertangani gitu. Jadi hal-hal seperti itu ketika kami menyampaikan kebijakan informasi secara real time itu kami harapkan citra dari pemerintah itu bisa lebih baik.

Narasumber : Nah itu kalau inisiatif kita di humas tapi ketika citra itu kan terbentuk dari pandangan masyarakat ya, usaha kita mendapatkan citra yang baik dari masyarakat seperti itu, tapi bisa juga citra itu terganggu ketika ada pemberitaan yang buruk yang terjadi di masyarakat. Contohnya misalkan mungkin mbak Shinta bisa browsing kelangkaan oksigen yang menyebabkan banyaknya pasien meninggal di Sardjito. Nah itu kan salah satu bentuk pemberitaan yang mengakibatkan citra pemerintah itu jadi turun nah bagaimana strateginya maka kita bekerjasama berkolaborasi dengan humasnya Rumah Sakit Sardjito untuk memberikan informasi yang bukan pembenaran tapi informasi yang bisa menenangkan masyarakat contohnya ketika ada kasus kekurangan oksigen itu kan pemerintah segera bergerak, Pemerintah Daerah dalam hal ini Bapak Gubernur menunjuk Satgas khusus oksigen itu ada yang dimana ketugasan Satgas Khusus oksigen itu untuk memastikan kejadian itu tidak terulang lagi. Bagaimana caranya dia bekerja sama dengan sama tor karena dia agen tunggal dari oksigen untuk memenuhi kebutuhan harian oksigen yang ada di DIY entah bagaimana caranya si Satgas itu harus memenuhi kebutuhan harian. Nah kemudian Satgas bergerak dia selain kontak si sama tor nya itu juga bergerak di masyarakat jadi oksigen di masyarakat itu kan banyak penggunaannya ada memang oksigen khusus untuk kesehatan, ada oksigen untuk industri perdagangan dan sebagainya. Untuk industri dan perdagangan pada saat itu ditarik digunakan untuk memnuhi kebutuhan oksigen kesehatan kemudian juga dari Satgas itu bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan melalui sistem CASR nya si perusahaan itu memberikan bantuan tabung-tabung oksigen untuk memenuhi kebutuhan oksigen di DIY. Nah hal-hal itu effort yang dilakukan oleh pemerintah itu kita publikasikan sehingga bisa meminimalisir pemberitaan buruk yang mengurangi citra dari pemerintah dan itu harus cepat responnya harus cepat sehingga kepercayaan trust publik itu bisa kembali yang terakhir kemarin dari Pemerintah Daerah sendiri juga membuat generator oksigen yang memang Pemda bisa menghasilkan oksigen sendiri melalui generator itu, hal-hal itu harapannya ketika ada pemberitaan yang buruk, memang itu bener-bener terjadi kita tidak bisa kemudian

menyampaikan itu berita bohong karena memang itu benar-benar terjadi. Bagaimana caranya kemudian menganulir atau mengurangi efeknya kita menyampaikan effort kebijakan-kebijakan kegiatan-kegiatan program dari Pemerintah Daerah yang menanggulangi efek kekurangan oksigen itu tadi.

Pewawancara : Bagaimana Humas Pemda DIY dalam melakukan kegiatan media relations sebelum adanya pandemi Covid-19 dan selama pandemi Covid-19 ?

Narasumber : Orang itu harus datang ke kunjungan pers ini kan harus bareng-bareng kan gak mungkin persnya yang diajak ini cuma sedikit. Media gathering itu juga temen-temen dia harus datang nah dulu waktu belum ada pandemi kita lakukan tapi ketika ada pandemi untuk mengurangi penyebaran kasus, proses juga kan ada kebijakan tidak boleh mengumpulkan massa terus juga kegiatan-kegiatan kunjungan lapangan itu ditiadakan makanya kemudian ini gak ada kunjungan pers, media gathering. Kegiatan-kegiatannya diganti dengan misalkan media gathering diganti zoom meeting. Jadi press conference ini juga biasanya kita lakukan melalui zoom meeting jadi penyebaran informasi ke temen-temen media kita minimalisir dengan bertatap muka kita ubah melalui online. Untuk data-data harian kita lewa WA grup kemudian untuk data-data yang bentuknya itu foto video kita unggah di google drive, jadi si media bisa mengunduh disana tanpa harus hadir kesini untuk mindah datanya. Terus untuk narasumber press conference itu kita lakukan melalui zoom meeting kita undang narasumber untuk menyampaikan sumber-sumber atau data-data temen-temen media kita undang untuk zoom meeting gitu.

Pewawancara : Oke terimakasih om.

### **Transkrip wawancara dengan Bapak Pujo Sumedi selaku Kepala Subbagian Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa, 21 Oktober 2021**

Pewawancara : Permissi Pak Pujo, jadi Pak Pujo sudah berapa lama ya menjadi Kasubbag di Humas Pemda DIY?

Narasumber : Saya di Kassubag Publikasi, Dokumentasi dan Media Massa mulai April 2021, menggantikan ibu Ria yang sudah pindah tugas ke Bandiklat, tapi saya di humas ini sudah dari April 2019, nah jadi baru kemarin dipercaya untuk menjabat kemarin bulan April 2021.

Pewawancara : Oke jadi pak ini saya berkaitan dengan skripsinya itu tentang strategi media relations jadi yang pertama itu media massa apa saja yang bekerja sama dengan Humas Pemda DIY pak?

Narasumber : Pada intinya kami dari humas itu bekerja sama dengan hampir semua media massa baik elektronik, media massa cetak maupun media sosial sebagai contoh kalau dengan media cetak itu hampir semua koran atau surat kabar itu kami selalu bekerjasama. Kita kan sama-sama memberitakan ya tapi kalau untuk bekerjasama dalam tanda kutip misalnya liputan khusus kemudian ada advertorial itu beberapa media yang bergantian misalnya media A untuk advertorial tentang penanganan covid, surat kabar B tentang ketersediaan vaksin dan kemudian surat koran C tentang kapasitas shalter. Kita semua bekerjasama dengan media surat kabar, kalau untuk media elektronik itu bekerjasama baik dengan media elektronik milik pemerintah maupun swasta yang ada di Jogja juga kami bekerjasama. Biasanya kita sesuai dengan kegiatan yang ada. Pada intinya kami semua bekerjasama dan kalau media online itu malah justru kita lebih banyak karena sesuai dengan perkembangan saat ini hampir semua media sosial milik

Pemerintah Daerah maupun milik lembaga itu kita bekerjasama misalkan ada suatu agenda Pimpinan Daerah mengenai kunjungan Presiden ke Jogja otomatis berita kita share ke mereka untuk kemudian di publish sendiri.

Pewawancara : Kalau alasan memilih untuk bekerjasama dengan beberapa media tersebut itu ada alasan tersendiri tidak pak?

Narasumber : Ya itu sudah menjadi tugas pokok kami di humas sebagai penyambung Pemerintah Daerah sudah tentu kami memerlukan kerjasama dengan pihak-pihak selain kita sendiri. Kalau kita sendiri kan tidak mampu. Artinya mampu tapi kan gaungnya tidak terlalu besar. Untuk lebih memperluas jangkauan ke semua lembaga masyarakat makanya kita memerlukan kerjasama dengan media-media tersebut dengan tanda kutip bekerjasama yang positif ya karena juga ada beberapa media yang kalau kita lihat beberapa media cenderung untuk memberikan pemahaman yang sedikit provokatif ada juga tapi itu sudah kita anggap sebagai hal lumrah dalam pemberitaan. Pada intinya kami memilih tujuannya untuk itu ke masyarakat biar lebih cepat dan lebih luas.

Pewawancara : Dengan cara apa humas memberikan informasi kepada pihak media atau wartawan?

Narasumber : Kami beberapa langkah sudah kami lakukan pertama kami sudah membuat grup WA, grup media sosial. Kemudian yang kedua kita menyediakan tempat di bale woro ini di humas untuk tempat wartawan bekerja namanya media center. Jadi kami fasilitasi dengan internet gratis kemudian dengan segala macam keperluannya untuk membantu temen-temen media membuat berita, mempublish berita ataupun berdiskusi dengan kami terkait penyiaran itu.

Pewawancara : Biasanya ada jadwal khususnya tidak pak untuk memberikan informasi kepada pihak media itu?

Narasumber : Setiap saat ada kegiatan yang terkait dengan Pimpinan Daerah kemudian dengan kegiatan Pemda itu kami selalu memberikan informasi karena justru malah setiap hari mereka ada ngepost disini. Tidak ada jadwal khusus, kecuali kalau begini misalnya ada kegiatan yang insidental kunjungan Wakil Presiden kemarin kan kita harus memberikan informasi kepada temen-temen tadi grup atau mungkin juga informasi yang lain.

Pewawancara : Kalau kendalanya biasanya apa pak kalau bekerjasama dengan pihak media itu?

Narasumber : Secara umum tidak pernah ada kendala cuma masalahnya gini kadang-kadang di situasi seperti saat ini kan kita dibatasi dengan prokes jadi setiap kali ada agenda ada acara kita mengundang semua temen-temen wartawan untuk meliput bersama dengan kondisi saat ini kita membatasi sesuai dengan aturan yang tadinya mungkin bisa sepuluh orang kita batasi menjadi lima atau tiga sesuai dengan permintaan masing-masing penyelenggara untuk menjaga prokes tentunya. Itu aja sih.

Pewawancara : Untuk kegiatan media relationsnya untuk penanganan kasus covidnya tadi sudah dijelaskan pak Ditya itu biasanya press release, press conference.

Narasumber : Ini kegiatan kita sebelum ada pandemi kita ada press release ini bentuknya kan tertulis gak ada masalah. Press Conference diganti zoom meeting semua, Press Tour ke beberapa daerah masa pandemi kita ganti dengan zoom meeting.

Pewawancara : Kalau sebelum pandemi bagaimana pak?

Narasumber : Ya kita adakan jadi setiap kali acara menyiapkan segala sesuatu untuk press conference misalnya pejabat atau Pimpinan Daerah yang mau memberikan sampain kita siapkan tempat kemudian sound sistem kita atur juga. Kemudian juga Kunjungan Pers jadi kita punya agenda dulu sebelum pandemi itu Press Tour ya itu namanya itu mengundang temen-temen wartawan untuk kita ajak tour ke beberapa tempat misalkan lokasi wisata misalnya ke tempat-tempat yang layak untuk kita bantu publikasi baik dalam daerah maupun luar daerah. Cuma setelah pandemi berlangsung diganti dengan zoom meeting semua.

Pewawancara : Kalau media gathering pak?

Narasumber : Media gathering sama dengan press tour jadi kita sekaligus misalnya kita kunjungan ke Makassar Ujung Pandang sebelum pandemi kita kesana gathering juga sekaligus.

Pewawancara : Kalau menjalin hubungan baik dengan media itu ada agenda khusus gak pak selama pandemi dan sebelum pandemi?

Narasumber : Ya mungkin yang dimaksud dengan hubungan baik dengan kita mengadakan kunjungan pers, media gathering, kemudian menyediakan fasilitas kepada temen-temen media termasuk menjalin hubungan baik dengan media biar mereka lebih mudah untuk mengakses jadi disini tu ada komunitasnya jadi tidak semua wartawan atau media bisa masuk ke Kapatihan. Jadi kita punya komunitas perwakilan dari masing-masing media baik itu cetak, elektronik maupun sosial yang bisa bergabung dengan grup itu untuk kita bisa akses ke Kapatihan.

Pewawancara : Oke terus faktor pendukung terlaksananya kegiatan media relations itu apa aja pak?

Narasumber : Beberapa hal mungkin yang sering kita lakukan ya kalau masalah strategi itu tadi kan media mempunyai background yang berbeda ada media yang bersifat netral, kemudian media yang cenderung untuk memprovokasi nah kita berusaha untuk merangkul mereka semua dalam satu topik misalnya ada pernyataan Pimpinan Daerah itu kan bisa dibuat beberapa persepsi nah tujuan kami itu untuk itu jadi memberikan jalan tengah jadi biar balance antara berita yang mungkin dianggap kurang pas dengan berita yang tidak pas jadi artinya tidak ada lagi kecenderungan untuk seperti itu.

Pewawancara : Kalau hambatan atau kendala yang dialami untuk melaksanakan kegiatan media relations terutama pada penanganan kasus covid-19 apa aja pak?

Narasumber : Tadi yang disampaikan itu jadi pembatasan, PPKM kan yang tadinya kita bisa akses mudah satu tempat tiba-tiba terus dibatasi. Misalnya kita cuma boleh tiga orang yang meliput acara tersebut jadinya kita perwakilan dari humas mau tidak mau harus berbagi berita foto maupun video.

Pewawancara : Kemudian untuk mengatasinya bagaimana pak?

Narasumber : Ya itu koordinasi tadi, setelah sekian lama kita berhubungan baik dengan mereka kan muncul saling rasa percaya jadi kita bisa memberikan tolong ya kalau kita dibatasi acaranya nanti kita aja yang meliputi nanti temen-temen kita bagi selalu begitu. Begitu juga dengan temen-temen media mungkin tidak sempat hadir yakan misalnya acara jam delapan mereka datang jam sepuluh juga kita share di grup itu sebagai sarana untuk koordinasi itu.

Pewawancara : Oke baik pak terimakasih.

### **Transkrip wawancara dengan Ibu Vinia Rizqi Primawati selaku Analis Media, 2 November 2021**

Pewawancara : Siang ibu, jadi saya mau wawancara ibu untuk skripsi saya judulnya Strategi Media Relations Humas Pemda DIY Dalam Penanganan Kasus Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta, pertama saya mau bertanya ibu bertugas di humas ini sudah berapa lama ya bu?

Narasumber : Saya kalau di humas sudah sekitar jalan tahun keempat jadi sejak akhir tahun 2018.

Pewawancara : Ibu di tugas humas ini bagian apa saja bu?

Narasumber : Kalau di humas saya sebagai analis media, tapi sebenarnya dulu awal masuk kesini itu lebih ke teknis ya, jadi lebih ke media sosial maintenance jadi termasuk ngadminin terus ya kemudian lebih memberikan respon kepada pertanyaan atau kayak memberikan tanggapan untuk yang kaitannya dengan message atau repleyan yang ditujukan untuk humas. Cuma tahun kedua sampai tahun keempat itu lebih sifatnya ke analisis berita dan analisis isu yang terjadi di masyarakat kalau misalnya ada isu krisis termasuk membuat bagaimana caranya isu tersebut dikontrol dengan baik. Yang selanjutnya kalau sekarang lebih ke penyediaan materi yang digunakan untuk Pimpinan jadi humas itu kan biasanya bisa dikatakan kayak collecting center ya jadi dari Dinas manapun kan kita harus tahu ada kebijakan apa terus kemudian updatenya ada kayak apa, jadi disini dikumpulkan dari data-data yang ada kemudian kita olah kita sajikan sebagai bahan update untuk masyarakat dan sebagai bahan update untuk Pimpinan dalam hal ini Ngarso Dalem, Wakil Gubernur dan Sekda jadi ya sebagian besar sih kayak gitu lingkup kerjanya.

Pewawancara : Oke bu jadi yang untuk kegiatan media relations dan pandemi itu yang pertama apa saja faktor pendukung terlaksananya dari kegiatan media relations di masa pandemi ini?

Narasumber : Kalau di pandemi sih faktor pendukungnya dengan media relations ya, yang pertama kan memang diawal pandemi informasi masih simpang siur ya jadi dari humas sendiri selaku yang menyebarluaskan informasi ya pada awal itu kita sendiri nggak boleh termakan situasi dulu jadi lebih kepada kita menetralkan istilahnya situasi atau gejolak yang ada di masyarakat, kan masih banyak tentang pandemi itu belum jelas, belum ada realeses resmi.

Narasumber : Yang kedua kita harus bisa berpikir jernih bahwa ya kita memang manusia kita juga takut pandemi juga kita takut covid juga tapi gimana caranya kita harus mengesampingkan ego dulu supaya tetap berita-berita yang bener, berita-berita yang dibutuhkan masyarakat itu bisa dilaksanakan dengan baik jadinya pendukungnya salah satunya tentunya lebih ke integritas pekerjaan ya tetep kalo dari sisi personnya. Terus kalau yang kedua mungkin faktor pendukung yang lainnya trust atau mungkin harapan dari masyarakat karena mereka tau kita sebagai media pemerintah istilahnya di media sosial gampangannya kita corong informasinya lewat sana itu sudah centang biru nah itu mereka punya harapan yang tinggi ke kita supaya kita bisa

mengeluarkan data-data yang valid, informasi yang cepat dan akurat karena mereka di kala pandemi juga butuh pegangan referensi yang bisa dijadikan rujukan jadi faktor pendukungnya ya harapan dan kepercayaan masyarakat sendiri terhadap kita itu meningkat. Itu salah satu yang mendukung kita ketika kita menyebarkan informasi itu, informasinya jadi diminati gitu dan jadi lebih banyak orang yang menunggu-nunggu informasi dari kita.

Narasumber : Yang ketiga sih mungkin media relations ya tentunya faktor pendukungnya tetap menjalin hubungan baik dengan media entah itu media massa online, cetak, ataupun elektronik yang jelas meskipun tidak pandemi pun media-media ini tu yang menjadi corong penyebarluasan informasi nah harapannya sih ketika pandemi pun mereka tetap bekerjasama ikut membantu menyosialisasikan kebijakan yang dibuat Pemda supaya coverage nya bisa lebih luas. Jadi hubungan baik dengan media itu masih sangat diperlukan untuk mendukung terlaksananya media relations saat pandemi. Nah yang selanjutnya mungkin faktor pendukungnya lebih kepada manajemen SDM yang baik karena kan regulasi yang dibuat saat pandemi itu justru semakin mempersempit ruang kerja untuk bisa bertemu satu sama lain padahal kerjanya humas sendiri itu nggak bisa kalau totally online, kalau Pimpinan masuk ya kita harus masuk, Pimpinan mau masuk jam berapa pun jam dua belas ada peristiwa apa dan Pimpinannya mau dateng ya kita harus ada gitu jadi ya itu lebih kepada managing people juga sih yang dilakukan dalam sebuah organisasi itu juga menjadi faktor pendukungnya gitu karena gimana caranya pas pandemi kita bisa me manage sumber daya dengan baik, kita bisa istilahnya orang-orang humas juga punya keluarga pastikan memprioritaskan kesehatan juga tapi masih harus bekerja nah itu tentu harus didukung dengan manajemen SDM yang baik gitu karena supaya bisa lebih maksimal dalam proses sosialisasi kebijakan kalau dari personnya sendiri sudah tidak beres katakan sakit atau ada kurang didukung dengan kesehatan yang baik, keluarganya misalnya ada yang sakit atau apa itu nanti juga mempengaruhi tingkat ketugasannya dia di humas.

Pewawancara : Oke kalau media relations yang di humas untuk penanganan kasus covid itu kan lebih fokus ke media sosial, yang untuk kayak press release, press conference, kunjungan pers, media gathering, sama press tour itu ada yang membedakan tidak?

Narasumber : Adanya pandemi ya? Kalau sebenarnya reguler itu untuk kayak press tour itu memang ada program regulernya humas jadi biasanya bareng temen-temen wartawan kita berkunjung ke sebuah Provinsi yang memang sudah diagendakan lah kemudian berdialog dengan insan-insan pers dan kantor-kantor berita disana gitu tapi pas pandemi totally tidak dilakukan jadi programnya dikurangi gitu nah press tour nya lebih istilahnya gak ada kunjungan fisik jadinya pas pandemi kita lebih koordinasi dan itu daring aja dan kadang kita lebih update tentang kondisi situasi covid di Indonesia jadi lebih zoomnya lebih ke Dinas Kominfo, Humas seluruh Kabupaten Kota di seluruh Indonesia jadinya berubah formatnya jadi seperti itu lebih ke komunikasi krisis jadinya. Jadi yang press tour yang kunjungan ke lokasi ngajak wartawan itu sementara libur dulu. Terakhir itu ke Makassar tahun 2019 setelah itu 2020 sempet mau survei rencana kan mau kalau gak salah mau ke Lombok ya tapi pandemi dateng terus gak jadi tahun ini juga totally gak ada karena situasi belum kondusif juga. Kalo press conference sih biasanya situasional ya yang kaitan sama covid, tapi memang dulu waktu diawal-awal pandemi barusan ada itu hampir setiap sore ada press conference di BPBD Jalan Kenari nah kita juga support Humas BPBD untuk share tentang segala macam update yang terjadi hari itu plus segala kebijakan-kebijakan atau update kebijakan yang dibuat nah selain BPBD kita juga press conference nya itu untuk situasional ya kadang lebih sifatnya konfirmasi atau mungkin Ngarso

Dalem ada kebijakan atau ada arahan lebih lanjut itu juga bisa tanpa terencana langsung ngadain press conference jadi lebih ke insidental tapi yang terjadwal juga ada tapi memang kaitannya pandemi itu kita biasanya press conference nya itu gandeng Dinas Kesehatan karena memang mereka kan yang institusi resmi OPD yang memang menangani dan memang berkaitan dengan penanganan covid gitu.

Pewawancara : Kalau kayak kunjungan pers, media gathering bagaimana bu?

Narasumber : Kalau kunjungan pers tu nggak ada selama pandemi, ada beberapa sih cuma pandemi itu sama sekali nggak ada tapi lebih sifatnya mereka permohonan untuk bisa ikut menyebarkan berita-berita tentang Pemda DIY tapi sifatnya bukan mereka berkunjung tapi permohonan entah itu surat atau diskusi daring tentang maksud dan tujuannya mereka.

Pewawancara : Kalau media gathering bu?

Narasumber : Media gathering itu jarang ya, kalau humas itu jarang sih, tapi diluar itu diluar konteks institusi jadi kita ada paguyubannya. Admin-admin plat merah katakanlah admin OPD atau Dinas Dinas itu punya perkumpulannya tapi itu memang informal sifatnya tapi meskipun beberapa agendanya juga di support secara formal oleh Kominfo dan misalnya institusi yang resmi kayak gitu cuma gatheringnya lebih yang ngadain lebih ke komunitas ini admin plat merah ini gitu jadi biar senada aja dan selaras ketika misalnya ada isu tentang kelangkaan stok pangan itu kan ranah nya Dinas Pertanian, ketika Dinas Pertanian bikin konten atau mungkin konfirmasi atau klarifikasi isu itu nanti bisa didukung juga oleh OPD OPD yang lain yang punya medsos termasuk humas disana gitu jadi lebih kesana sih admin plat merah itu yang sejauh ini yang paling sering gathering malah disana dan ya kita selain gathering diskusi penguatan internal juga kadang kita mengundang narasumber misalnya untuk peningkatan kapasitas personalnya atau sekedar memberikan masukan untuk kinerja media sosial secara umum gitu.

Pewawancara : Kalau pembuatan press release itu apa aja tahap-tahapannya bu?

Narasumber : Kalau release itu konteks pandemi ya biasanya ada dua itu kan memang release yang memang kita sudah rencanakan atau release yang sifatnya konfirmasi kalau yang sudah kita rencanakan ya kita pertama juga pasti harus ada statment dari narasumber primer entah itu ya dari Pejabat terkait lah misalnya isu tentang pandemi misalnya di Sleman kasus merebak kenapa penyebabnya apa gitu nah itu biasanya dari Dinkes dulu yang akan statment nah dari kami yang akan memberikan istilahnya mensosialisasikan statment yang dibuat oleh Kepala Dinas tapi kita juga menambah statment itu dengan statment dari Pimpinan misalnya pak Sekda atau dari Ngarso Dalem ya nanti Ngarso Dalem terus ditambah beberapa data terkait yang memang itu sesuai dengan misalnya imbauan yang diharapkan masyarakat itu harus antisipasi jadi dibuat poin-poin nya dulu kira-kira dari dua statment ini kita perlu tambah apa lagi supaya masyarakat itu tetap tenang dan aman kan tujuan dari berita itu sebenarnya memberikan klarifikasi tapi juga tidak boleh membuat masyarakat itu cemas jadi dalam artian berita-berita yang dibuat itu sudah seharusnya bisa mendeklarasikan apa adanya tapi tidak membuat masyarakat itu terus takut kayak gitu. Jadi tetap memberikan kenyamanan namun tetap informatif jadi kita tetep ada statment kemudian melengkapi dengan poin-poin lain kalau sudah nanti ditulis biasanya kita rilis di website jogjapro dan kita buat juga semacam PDF nya terus kita sebarkan kita kan ada grup wartawan, grup radio, grup TV jadi kita sebarkan disitu jadi

nanti mereka yang akan kemudian menyebarluaskan kembali ke jangkauan yang lebih luas sesuai media mereka masing-masing gitu.

Pewawancara : Jadi yang selanjutnya apakah kegiatan media relations yang dilakukan oleh humas terkait kasus Covid-19 telah menunjukkan keberhasilan sesuai dengan tujuan dan target yang telah ditetapkan?

Narasumber : Kalau kaitannya sama media relations sih kami rasa mungkin yang paling gampang ngukurinya measurement nya itu dari jumlah statistik kenaikan di medsos di instagram, twitter itu sejak pertama kali pandemi sampai kemudian berjalannya pandemi itu dari statistik itu kita naik banyak followersnya, interaksi komen juga banyak jadi followers hampir dua ratus ribu, jadi kalau paling gampang disitu artinya awarenessnya orang-orang terkait dengan keberadaan media sosialnya humas itu meningkat. Yang kedua mungkin bisa dicek juga dari interaksi yang terjadi di media sosial jumlah DM, terus jumlah komen itu juga meningkat dari sisi angka tapi memang belum bisa dikatakan apakah dengan banyaknya komen yang masuk, interaksi yang ada itu message sebenarnya yang mau kita inginkan itu mereka paham yaitu kita belum pernah ngukur ya yang kayak gitu, tapi yang jelas mereka memberikan respon atas apa yang kita unggah itu dari sisi statistik tinggi tapi apakah dari kebermanfaatannya, apakah dari informasi itu mereka punya persepsi sama dengan yang kita maksud nah itu kita belum pernah ngukur sampai sejauh itu. Tapi kalau boleh dikatakan berhasil atau nggaknya menggunakan media sosial sebagai corong komunikasi pemerintah ya aku bilang mungkin relatif berhasil ya karena selain cepet juga orang-orang itu responsif dan istilahnya setiap kebijakan baru juga pasti kita publikasikan jadi ya memang media sosial akhirnya juga jadi corong komunikasi pemerintah apalagi memang udah ada peraturannya bahwa instansi pemerintah itu wajib menggunakan media sosial untuk mempublikasikan kebijakan-kebijakannya. Makanya kan sekarang OPD punya medsos itu jadi kalau dikatakan berhasil ya relatif berhasil karena dari semua yang kita sosialisasikan itu rata-rata dapet respon yang cukup tinggi dan respon yang baik juga dari masyarakat.

Pewawancara : Kalau hambatan atau kendala yang ditemukan ketika melakukan kegiatan media relations apa saja bu?

Narasumber : Kalau di aku kan kadang media relations ada perbedaan pendapat ya mungkin antara jalur satu sama jalur yang lain gitu nah itu kita harus crosscheck dulu nah crosscheck konfirmasi ini sendiri butuh waktu lagi kadang gak cuma beberapa jam tapi bisa berhari-hari nah padahal kan masyarakat itu butuh cepet sebenarnya tapi di suatu sisi kita juga gak bisa asal menginformasikan info yang kita sendiri juga belum yakin ini bener atau gak ya kan prinsipnya itu kan bukan hanya cepat tapi harus cepat, akuntabel, dan juga transparan dan bertanggung jawab, ya kalo kita cepet aja nanti faktor-faktor yang lain kayak tanggung jawab dan akuntabelnya gak tercapai, cepet sih cepet orang akan tahu tapi apakah respon dan berita itu benar nah itu kan belum tau, jadi proses konfirmasi yang pertama yang kadang kala bisa istilahnya mungkin sedikit bisa jadi kendala kalau memang perbedaan pendapat atau perbedaan pemikiran. Yang kedua sih mungkin lebih kepada kontering isu hoax, selama pandemi itu kan banyak banget ya isu entah itu isu pandeminya isu Pimpinan Daerahnya nah bagaimana humas itu tetap bisa netral ketika banyak isu yang terjadi, isu-isu yang pandemi itu dengan adanya pandemi juga bukan berarti isu-isu yang non pandemi terus berhenti jadi artinya kita malah kerja double, nah itu kadang susah kita membagi fokus untuk tiap-tiap isunya itu jadi harus ada tim khusus. Kita lagi-lagi harus lihai membagi Sumber Daya Manusia. Yang ketiga ya

susahnya lebih ke bagaimana media sosial itu kontering isu yang mungkin kita sendiri nggak tahu asalnya darimana isu itu, jadi kita sebisa mungkin harus me manage dan memetakan media yang suka bikin isu yang mana yang sekiranya cukup bisa diajak berkoordinasi yang mana. Jadi itu salah satu pr yang masih terus berjalan masih sampai hari ini pemetaan media.

Pewawancara : Terus untuk mengatasi kendala atau hambatan itu bagaimana bu?

Narasumber : Kalau kendala yang soal konfirmasi itu kita selama ini kan biasanya kalau pandemi kita banyak sekali responsif jadi kita sifatnya merespon kejadian, ya pada akhirnya kita mau nggak mau harus memetakan lebih duluan gitu jadi lebih menciptakan antisipasinya daripada responsifnya gitu, jadi potensial-potensial isu yang kemungkinan akan hadir setelah ini atau isu-isu ini yang akan besar di minggu-minggu besok atau mungkin bulan-bulan besok itu mungkin bisa kita petakan dulu jadi kalau saatnya sudah tiba itu kita misalnya beneran terjadi kita udah siap kita mau jawab apa kita mau ngapain terus kita nanti mau menciptakan konten yang kayak apa jadi akhirnya dipikirkan solusinya sampai kesana. Nah yang kedua kaitannya sama manajemen media ya kita sebagai humas nggak boleh membeda-bedakan memang media siapa saja istilahnya selama dia legal harus kita perlakukan sama dalam artian memberikan hak untuk tahunya mereka tapi di suatu sisi memang kemudian juga kita membina hubungan baik ya memang kalau ada media yang sekiranya pemberitaannya merugikan dan setelah kita crosscheck, misalnya Pimpinan Daerah kita tidak berkata seperti itu ya kita melayangkan hak keberatan itu juga pernah jadi sebisa mungkin memaksimalkan dan menggunakan hak atau elemen-elemen yang ada untuk bisa menciptakan pemberitaan yang berimbang. Jadi selama ini kita crosscheck sana sini, konfirmasi sana-sini, cross check dan konfirmasi itu juga salah satu untuk menjawab isu yang terjadi. Terus yang selanjutnya manajemen SDM itu lebih kepada penanganan dari internal kalau selama ini memang jadinya kita bikin jadwal gitu karena humas itu tidak hanya kerja sampai jam empat sore aja tapi ada sampai ada agenda apa kita juga akan turun meskipun itu malem jadi sangat dimungkinkan untuk lembur itu sering banget dulu jaman awal pandemi jadi ya lebih kepada pembagian shift kerja aja dari manajemen SDMnya.

Pewawancara : Bagaimana sistem evaluasi media relations Humas Pemda DIY?

Narasumber : Kalau sistem evaluasi sih biasanya rapat bulanan ya, jadi Divisinya Publikasi, Dokumentasi, dan Media Massa itu kita evaluasi juga kerjasama sama timnya mas Anang itu lebih ke Penyedia Informasi Kebijakan. Jadi kita koordinasi kira-kira dari isu-isu kemarin itu mana aja kurang bisa difokuskan penanganannya misalnya kita lebih ke sistemnya itu flashback dalam satu bulan terakhir kita sudah ngapain aja, impact yang bagus apa, yang masih kurang dimana. Terus yang kedua karena kita kan lebih ke pelayanan Pimpinan ya jadi mungkin masukan-masukan dari Pimpinan itu juga kita follow up misalnya Pimpinan bahkan memberikan masukan itu sampai yang teknis misalnya nambahin telepromter misalnya nyuruh humas itu ngadain telepromter atau apa jadi masukan-masukan sekecil apapun dari pimpinan itu sebisa mungkin kita follow up dan evaluasi setiap bulan. Terus yang ketiga kaitannya lebih ke pemberitaan-pemberitaan negatif itu ada berapa dalam satu bulan terakhir gitu. Kan dulu kita juga ada namanya sistem Integrated Media Monitoring jadi dia itu mengukur bagaimana media-media massa itu mana saja yang memberitakan positif mana saja yang memberitakan negatif. Sentimen terhadap Pimpinan Daerah kita itu bagus apa jelek kalau bagus berapa persen jeleknya berapa persen itu nanti bisa diukur dan dari sekian banyak berita atau konten yang dikeluarkan oleh humas mana yang paling tinggi jadi perhatian masyarakat mana yang rendah

nanti semua bisa tahu dari situ sederhananya kita cek sendiri manual jadi setiap bulan kita juga lakukan itu meski kita hanya ngecek oh ini berita yang bulan lalu paling tinggi, oh ini isu-isu yang bulan lalu jadi perhatian publik, oh ini isu-isu yang bulan kemarin ternyata nggak terlalu diminati oleh publik jadi kedepan kita bisa pada bulan selanjutnya ketika bekerja bisa fokus pada isu-isu yang lebih jadi perhatian publik. Itu untuk masukan melangkah atau masukan untuk melaksanakan kegiatan di bulan selanjutnya.

Pewawancara : Kalau jangka waktunya tadi sebulan ya bu?

Narasumber : Kalau reguler sebulan tapi kalau pas pandemi itu hampir satu minggu sekali gitu karena kalau pas pandemi yang tinggi-tingginya itu hampir setiap hari kita masuk. Sabtu Minggu juga kita masuk bahkan pas krisis oksigen habis, bednya udah nggak cukup dan lain sebagainya itu kan humas beberapa kali ngeluarin konten yang mungkin dinilai masyarakat itu cukup rame ya jadi kita langsung begitu keluar rame besoknya evaluasi. Jadi insidental kalau situasi krisis mungkin gak bisa dipetakan kapan kita melakukan evaluasi jadi lebih ke insidental kalau krusial ya kita evaluasi saat itu juga tapi kalau mungkin masih bisa digabung dengan yang lain bisa jadi seminggu atau dua minggu sekali gitu tapi kalau reguler sih rapat bulanan kalau Pimpinan sendiri jadi Pak Pujo, Mas Ditya itu setiap Senin itu ada Monthly Meeting gitu sama Pimpinan lain notabene nya sama update seminggu ke belakang ke depan itu apa gitu.

Pewawancara : Berarti kalau untuk laporannya yang tadi ya bu?

Narasumber : Iya jadi berita negatifnya apa, positifnya apa terus misalnya dalam seminggu kemarin ada isu-isu yang sempet ini nggak ya sampai ke Nasional nggak karena kadang ada isu nya DIY yang sampai Nasional terus seminggu kedepan nanti proyeksi kerjanya apa mau ngapain atau satu bulan kedepan ada target apa jadi kita bahas semuanya dan paling minute of meeting sih bikinnya ini kayak berita acara gitu nanti disebarluaskan sama semua peserta yang ikut meeting.

Pewawancara : Oke makasih ya bu

Narasumber : Iya sama-sama.

### **Transkrip wawancara dengan Mbak Wardha Ayu Andriyuni selaku Admin Media Sosial, 2 November 2021**

Pewawancara : Siang mbak, perkenalkan saya Shinta mbak yang akan wawancara Mbak Wardha untuk skripsi saya. Yang pertama saya mau bertanya Mbak Wardha tugas di Humas ini bertugas bagian apa ya mbak?

Narasumber : Perkenalkan namaku Wardha Ayu Andriyuni, kalau disini aku sebagai Admin Media Sosial, jadi media sosialnya itu ada Instagram, Facebook, Twitter sama Youtube yang sampai sekarang masih aktif semuanya.

Pewawancara : Mbak Wardha tugas di humas sejak kapan mbak?

Narasumber : Aku baru sih baru Februari 2021

Pewawancara : Bagian admin media sosial ya ?

Narasumber : Iya jadi memang urusannya hanya mengurus media sosial aja.

Pewawancara : Oke mbak langsung ke kegiatan keberhasilan media sosial kalau mau ditambahkan dari Ibu Vinia tadi, dari konten media sosial ini apakah menunjukkan keberhasilan sesuai tujuan dan target yang telah ditetapkan untuk penanganan kasus covid?

Narasumber : Penggunaan media sosial terutama di saat pandemi ini untuk menyebarkan informasi dengan cepat misalnya ada kebijakan baru, ada peraturan baru, lalu seperti yang tadi sudah dijelaskan bagaimana situasi Rumah Sakit dan sebagainya kalau dilihat dari interaksi media sosialnya penyampaian beritanya itu baik sih sebenarnya jadi kalau dikatakan apakah itu menunjukkan keberhasilan untuk komunikasi terhadap masyarakat hasilnya memang baik karena kita bisa men-delivered berita dengan lebih cepat menggunakan media sosial karena tidak semua orang kan mengakses melalui website nya jadi ketika itu di upload di media sosial maka bisa ter delivered lebih cepat kepada masyarakat jadi mereka lebih cepet tahu oh kebijakan baru ini, kebijakan yang kemarin sudah tidak digunakan dan sebagainya gitu.

Pewawancara : Kalau di medsos itu biasanya kendala atau hambatannya gitu nggak mbak?

Narasumber : Kalau di media sosial sebenarnya yang menjadi hambatan itu berita-berita hoax sih karena satu pernyataan dari Pimpinan misalnya itu bisa dimaknai berbeda di setiap orang atau tiba-tiba ada berita yang sebenarnya berita itu salah dan tidak benar jadi perdebatan yang terjadi di media sosial biasanya karena memang berita-berita itu berbeda maknanya humas memberikan berita yang sesuai fakta dan benar untuk meng counter berita-berita hoax atau tidak benar itu.

Pewawancara : Kalau untuk mengatasi hambatan atau kendalanya itu sendiri bagaimana mbak?

Narasumber : Kalau untuk media sosial ketika ada hoax misalkan atau berita yang tidak benar pasti bagian humas akan meng crosscheck dulu ya berita ini asalnya darimana lalu faktanya bagaimana setelah ditemukan kita harus mem-publish segera berita yang benar untuk meng-counter itu.

Pewawancara : Kalau evaluasinya sama mbak?

Narasumber : Iya kalau medsos sama. Kalau media sosial aku nge-save datanya itu ada data-data perminggu kita tetap menyimpan jadi engagement setiap minggu bagaimana di keempat media sosial yang tadi. Jadi ketika data itu dibutuhkan ada riwayatnya, untuk berita-berita yang sudah di publish biasanya memang mengikuti peraturan tadi kita membahas aktivitas media sosialnya juga secara berkala.

Pewawancara : Berarti untuk laporannya itu tadi ya mbak?

Narasumber : Iya kalau kita baru menyampaikan data sih jadi ketika data itu dibutuhkan bisa dilihat seperti apa.

Pewawancara : Jadi kalau di medsos itu informasi langsung dibikin konten gitu mbak?

Narasumber : Ya jadi alurnya misalkan ada berita nanti selain dia muncul di websitenya berupa release maka di media sosialnya itu juga ada kontennya ada, jadi konten media sosial itu bisa mengambil dari berita-berita di website kita naikkan di media sosial supaya lebih cepat diketahui oleh masyarakat terus selanjutnya kebijakan-kebijakan baru yang bentuknya itu seperti SE, terus ada kebijakan baru dari Kementrian misalkan gitu kan masyarakat biasanya mereka tidak mengakses atau download langsung kebijakannya kan mereka pasti tanyanya

langsung ke humas meskipun kalau mau googling bisa tapi kebanyakan mereka lebih suka langsung nanya gitu.

Pewawancara : Jadi langsung ya mbak nggak ada jangka waktunya gitu?

Narasumber : Segera sih, jadi langsung informasinya misalkan ada setiap Senin ada perpanjangan PPKM itu kan berkala ya jadi kebijakannya turun langsung dibuat oleh team design langsung di upload di media sosialnya supaya langsung ter delivered ke masyarakat. Kalau di Media sosial itu sih.

Pewawancara : Baik mbak, terimakasih mbak.

