

**STRATEGI MEDIA RELATIONS**  
**RRI YOGYAKARTA**



**NASKAH PUBLIKASI**

**Disarikan dari Skripsi yan Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh**

**NINDYA KUSUMA WIDARSO**

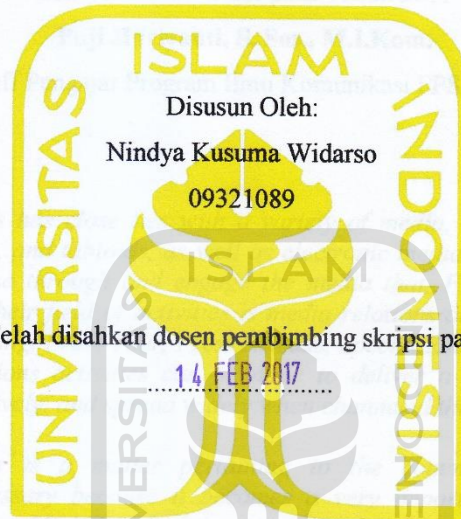
**NIM. 09321089**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2017**

Naskah Publikasi

**STRATEGI MEDIA RELATIONS RRI YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

Nindya Kusuma Widarso

09321089

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada:

14 FEB 2017

Dosen Pembimbing Skripsi,

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

NIDN 0529098201

Mengetahui,

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

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

## **Strategi Media Relations RRI Yogyakarta**

**Nindya Kusuma Widarso**

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII,

Menyelesaikan Studi pada Tahun 2017

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

Staff Pengajar Program Ilmu Komunikasi FPSB UII

### ***Abstract***

*Public Relations has close ties with a variety of media, both print media such as newspapers, magazines, and tabloids, as well as electronic media such as television, radio, or the internet. Because through and engage the media that, Field Public Relations can perform according to their field of activities is media relations activities such as the Press Conference, Press briefing, Press Tour, Press Release, Special Event, Press Luncheon, Press Interview. Media relations activities can be done to deliver a message to the audience through the press effectively, and spread widely when channeled through the media well.*

*Media relations is a matter pertaining to the communication media. Media communication is necessary because it becomes a very important tool and efficient in berkomunikasi with the public. First find the strengths and weaknesses of the organization's resources. Then pay attention to the opportunities and threats of the external environment of the organization. After it began to notice the technical dimension or principles pertaining to media relations.*

*Media relations strategy includes managing relationships, develop a strategy and develop a network of three strategies according to Yosol Iriantara has been well implemented by the Radio Republic Indonesia Yogyakarta and the strength of the institution itself. Seven activities of media relations there are six activities run by RRI Yogyakarta as routine activities each year are never missed and activities dilakukan never changed annually ie press conferences, press interviews, press luncheon, press releases, press briefing, and special events. special events and press luncheon be featured on media activities*

*Key world: Media Relations , Radio , Strategy*

## 1. Pendahuluan

Public Relations mempunyai ikatan yang erat dengan berbagai media, baik media cetak seperti surat kabar, majalah, dan tabloid, serta media elektronik seperti televisi, radio, ataupun internet. Karena melalui dan melibatkan media itulah, Bidang Public Relations dapat melakukan kegiatan sesuai bidangnya adalah kegiatan media relations seperti Konferensi Pers, Press Breafing, Press Tour, Press Release, Special Event, Press Luncheon, Wawancara Pers. Kegiatan media relations dapat dilakukan dengan baik untuk menyalurkan sebuah pesan melalui pers kepada audience secara efektif, dan dapat tersebar luas apabila disalurkan melalui media dengan baik.

Radio merupakan media konvensional yang telah diketahui masyarakat luas. Radio yang secara langsung ditujukan kepada umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media mempunyai kelebihan yaitu dapat menciptakan gambaran dibenak masing-masing pendengarnya sehingga mereka lebih kreatif dalam menafsirkan pesan yang diterima.

Radio siaran dapat menyelenggarakan siarannya dalam bidang-bidang pendidikan, pengajaran, penerangan maupun hiburan. Bidang-bidang tersebut tidak menutup kemungkinan untuk menyiarkan siaran-siaran yang bersifat komersil untuk kepentingan lembaga tersebut.

Media radio juga memiliki kelemahan lain yang telah diketahui oleh masyarakat luas seperti, masalah pendengarnya yang terlalu tersegmentasi dan frekuensi serta intensitas pendengar tidaklah setinggi penonton televisi. Untuk mengurangi kelemahan-kelemahan tersebut, perlulah menciptakan sebuah karya yang kreatif dan inovatif dan mendapatkan feedback sesuai harapan. Sehingga terjadi proses kerjasama atas program, produk atau jasa yang dimiliki sebuah lembaga. Salah satu caranya adalah dengan melibatkan pers dan menjalin hubungan yang baik dengan media serta menambahkan elemen-elemen suara atau efek, program acara serta kegiatan yang dapat menjadi daya tarik pendengarnya serta memperbanyak fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada masyarakat atau mitra kerjanya dengan menggunakan strategi media relation dan kegiatan media relation diharapkan mampu untuk meningkatkan pendengar di media tersebut.

Pada sebuah radio ada dua jenis produksi program siaran, terutama pada proses penulisan naskah selesai dilakukan. Sehingga program siaran harus disiapkan dengan matang dan kreatif. Program tersebut yaitu sebagai berikut (Masduki,2004:51):

1. Program siaran On Air, yaitu produksi secara langsung dari ruang siaran, tanpa melalui tahapan pengeditan, dan penggabungan materi secara mekanis.
2. Off Air, produksi dilakukan di dalam ruang produksi yang meliputi sejumlah tahap sampai sebuah paket acara yang siap disiarkan.

Program siaran perlu dipersiapkan dan harus kreatif agar menggugah perhatian pendengarnya untuk mendengarkan siarannya dan menjadi sebuah ci tersendiri sebuah program, maka pengelola siaran yang harus menyusun suatu program siaran radio yang lebih baik dengan didukung informasi-informasi juga lagu-lagu yang menghibur dengan materi siaran yang sesuai dengan segmentasi. Dalam perencanaan siaran terdapat beberapa jenis program yang ditawarkan kepada pendengar.

Informasi-informasi yang diperoleh masyarakat menjadi landasan motivasi dalam menentukan pilihan dan menyampaikan pendapat tentang lembaga. Informasi-informasi tersebut meliputi fakta dan pesan sehingga memunculkan opini dan komentar terhadap lembaga tersebut.

Radio memiliki sebuah fungsi tersendiri yang tidak disadari secara langsung , seperti mentransmisikan pesan, membidik, membujuk dan menghibur pendengarnya Dalam menyampaikan pesannya, radio bisa mengambil model komunikasi apa saja. Entah itu model satu arah, ataupun dua arah (Astuti, 2008:39). Model satu arah adalah dimana radio menjadi sebuah komunikator yang bersifat hanya memberikan informasi dan hiburan sesuai dengan konsep dasar radio. Sedangkan model dua arah adalah radio menjadi sebuah komunikator dan mengharapkan timbal balik agar dapat mendapatkan sebuah efek seperti model komunikasi yang ditemukan Harold Lasswell (Mulyana, 2005:136).

Strategi media relations yang dilakukan RRI Yogyakarta dengan cara melakukan komunikasi yang baik dan efektif terhadap wartawan dan lembaganya, mengadakan promosi dan kerja sama dengan berbagai pihak untuk mengenalkan kepada masyarakat fasilitas yang dimiliki sebuah lembaga tersebut. Promosi yang dilakukan dalam bidang publikasi dapat dilakukan dengan beberapa media cetak maupun media elektronik. Serta menciptakan

kepercayaan dan menjaga citra, sebuah lembaga. Apabila sebuah lembaga telah memiliki reputasi baik dimata publik maka dengan sendirinya opini publik akan terbentuk. Penulisan opini yang dikonsumsi oleh masyarakat menyangkut lembaga yang dipublikasikan melalui berbagai media akan menentukan pencitraan terhadap lembaga tersebut.

Kegiatan media relations adalah bagian yang berhubungan langsung dengan wartawan dalam upaya untuk menginformasikan secara luas serta membina hubungan yang baik dengan media siaran, cetak, elektronik untuk meningkatkan citra yang baik di mata publik. Kegiatan ini dapat mendukung keberlangsungan acara dan kesuksesan sebuah acara karena setiap media mempunyai kekuatannya masing-masing dimana masyarakat mengkonsumsi berbagai media yang mereka inginkan, pemahaman dan keterkaitan saling membutuhkan maka RRI dengan sadar selalu membina hubungan yang baik dengan para wartawan dan melibatkan langsung mereka kedalam berbagai acara maupun kegiatan yang diadakan oleh RRI baik itu ON AIR maupun OFF AIR. Menyadari menjaga hubungan yang baik tidaklah mudah maka RRI sebagai media lokal selalu terbuka dengan para awak media untuk mendapatkan informasi yang ingin diketahui mereka untuk kebutuhan mereka.

Menerapkan kegiatan Konferensi Pers, Press Breafing, Press Tour, Press Release, Special Event, Press Luncheon, dan Wawancara Pers baik secara langsung maupun tak langsung tidak lepas terkait dengan adanya wartawan sebagai juru tulis atas sebuah media. Sesuai dengan faktanya wartawan dalam meliput berita dilapangan sangat mempengaruhi pemberitaan yang akan di muat di media.

Pada dasarnya public relations yang dilakukan oleh RRI Yogyakarta yaitu dengan cara melakukan proses komunikasi kepada publik, hal ini dimaksudkan agar RRI dapat menjalin hubungan yang baik kepada publik, salah satu aktifitas kegiatan PR di RRI adalah menjalin hubungan dengan mitra kerjanya, mitra RRI yaitu media cetak dan media elektronik serta lembaga-lembaga dan perusahaan selalu terjaga dan terjalin dengan baik.

Bagi praktisi PR hubungan dengan media (media relations) sangat penting untuk dilakukan, hubungan tersebut tidak hanya baik untuk keduanya melainkan untuk masyarakat luas yang terlibat maupun tidak terlibat secara langsung. Pada saat ini masyarakat sangat tergantung dengan media, media sendiri dinilai sangat mudah memberikan kelengkapan informasi dan peristiwa, dari media opini masyarakat dapat dibentuk bermacam-macam termasuk dalam membentuk citra, media tidak hanya bisa membentuk opini kearah yang buruk

terhadap sesuatu melainkan media dapat menimbulkan kepercayaan yang muncul kearah yang baik pula. Sehingga dapat dikatakan bahwa media dapat mempengaruhi arah berfikir seseorang.

Pentingnya hubungan yang saling membutuhkan antar media maka seorang publik relation RRI yang berada di dalam bidang layanan dan pengembangan usaha pada seksi pengembangan usaha dituntut untuk menjaga nama baik serta kepercayaan kepada mitra kerjanya, kepercayaan yang ada dapat menumbuhkan rasa kekeluargaan sehingga apabila terjadi kendala yang terjadi maka secepat mungkin dibahas secara bersama dan diselesaikan saat itu juga tanpa mengulur waktu. Tujuannya adalah pencapaian citra positif di masyarakat, kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh RRI bersifat sosial dan sangat terbuka kepada masyarakat, kegiatan yang dibuat oleh RRI Yogyakarta ini dipersiapkan secara matang dengan cara rapat rutin untuk menyampaikan ide-ide kreatif yang ada yang nantinya akan di wujudkan kedalam pelaksanaan kegiatan untuk kesuksesan tujuan yang ingin di bentuk yaitu penyampaian informasi yang mendapatkan feedback citra yang baik dimasyarakat.

Informasi kegiatan yang diperoleh pendengar melalui media yang dimiliki oleh para wartawan dapat terlihat dari banyaknya jumlah pendengar yang setiap bulannya di survey oleh tim marketing, serta antusias para pendengar dalam ikut serta mengikuti acara-acara yang diadakan oleh RRI seperti donor darah, sepeda gembira, jalan sehat, tanam pohon dan acara lainnya pada hari hario yang merupakan hari berdirinya RRI.

Menghadapi situasi seperti inilah bagian bidang layanan dan pemngembangan dan bidang pemberitaan yang berhubungan langsung dengan media RRI sangat dibutuhkan untuk berperan aktif dan kreatif serta bagian ini perlu melakukan langkah-langkah intensif dan berkesinambungan agar tujuan yang diharapkan dapat berjalan dengan baik.

Radio RRI mengembangkanstrategi sebagai radio publik dimasyarakat baik pendengar aktif maupun tidak aktif dengan cara mengajak secara langsung untuk terlibat dalam acara yang diadakan RRI dan terbuka dengan publik dan mengenalkan kepada masyarakat luas bahwa RRI telah menjadi radio publik bukan radio pemerintah lagi dengan memberikan pelayanan yang dibutuhkan publik apabila ingin melakukan kerjasama untuk kepentingan publik itu sendiri. Para pendengar dapat memberikan kritik dan saran secara langsung melalui telephone maupun datang langsung ke lembaga penyiaran publik Radio Republik Indonesia.

Perkembangan radio yang begitu pesat, ditandai dengan tingginya peminat dalam bisnis media. Situasi seperti ini mengakibatkan persaingan yang luar biasa antar stasiun radio ditengah ketatnya persaingan dan perkembangan teknologi. Maka diperlukan langkah-langkah serta strategi media relations yang lebih efektif dan intensif diperlukan adanya kerjasama dengan media lain dengan tujuan agar suatu informasi ataupun pesan mudah didapat sebagai sarana publisitas.

Hubunganpers dapat terjalin serta tercipta untuk jangka waktu yang panjang dapat dilakukan dengan cara:

1. Memahami dan melayani media. Seperti dengan memberikan yang dibutuhkan media, informasi yang disenangi media
2. Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya. Para praktisi humas sudah sepantasnya senantiasa siap menyediakan atau memasok materi-materi yang akurat, lengkap, dan terpercaya dimana saja dan kapan saja dibutuhkan.
3. Menyediakan salinan yang baik. Salinan ini tidak hanya berupa data-data yang tercetak dalam kertas, tetapi juga rekaman foto, kaset dan video yang berguna bagi wartawan. Keahlian dalam mengoprasionalakan peralatan tersebut akan mendukung kegiatan humas.
4. Bekerja sama dalam penyediaan materi. Karena kerja praktisi humas sangat berkaitan erat dengan wartawan, maka dua pihak itu harus bekerja sama dengan baik.
5. Menyediakan fasilitas verifikasi. Jika para wartawan tersebut masih sangsi dengan materi yang diberi praktisi humas, praktisi humas harus siap untuk menerima wartawan yang ingin mengadakan cek ulang materi.
6. Membangun hubungan personal yang kokoh. Kejujuran, keterbukaan serta saling pengertian antara humas dan wartawan sudah selayaknya dilakukan. (Nurudin, 2008:46-49)

Tujuan media relations bagi organisasi yaitu :

1. Memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga/organisasi yang baik untuk diketahui khalayak umum.
2. Memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, ulasan tajuk yang wajar, obyektif dan seimbang) mengenai hal-hal yang menguntungkan lembaga/organisasi.
3. Memperoleh feedback dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembaga/organisasi.



4. Melengkapi data/informasi bagi pimpinan lembaga organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian (assesment) secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan lembaga/perusahaan.

5. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati. (Rachmadi, 1882:56)

RRI sebagai lembaga media memerlukan kerjasama dengan media partner lain dalam meningkatkan citra yang baik dimasyarakat dan memajukan nama RRI tetap diketahui dan dikenal luas oleh generasi penerus bangsa. Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengangkat penelitian yang berjudul:

“STRATEGI MEDIA RELATIONS RRI YOGYAKARTA”

## 2. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji pustaka terdahulu. Peneliti yang diuraikan adalah yang berasal dari skripsi yang relevan. Sebagai berikut:

### 1. Doni Putra

Penelitian Doni Putra (07331001), Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta pada tahun 2013. Peneliti tersebut berjudul “Strategi Pemograman Radio Publik (Studi Pada Program Acara Walikota Menyapa, Book Review, dan Pendopo di RRI Yogyakarta)”.

Dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah sebagai berikut;

Bagaimana strategi pemograman yang dilakukan LPP RRI Yogyakarta sebagai radio publik, kemudian bagaimana perbedaan strategi pemograman program acara walikota menyapa, book review dan pendopo di LPP RRI Yogyakarta. Sedangkan paradigma yang digunakan dalam penelitiannya adalah paradigma konstruktivisme dengan metode yang dipilih adalah metode deskriptif.

Pada penelitiannya menghasilkan temuan dan analisis bahwa pelaksanaan strategi pemograman radio publik, khususnya untuk mengetahui strategi perencanaan dan evaluasi program di LPP RRI Pro 1, 2, dan 4 Yogyakarta yaitu, strategi pemograman dalam acara walikota menyapa, book review, pendopo dilakukan dengan Standar Operational Procedure (SOP) meliputi planning, collecting, writing, mixing, on air, dan evaluating.

Perbedaan antara peneliti diatas dengan peneliti yang ingin dilakukan peneliti adalah sebagai berikut: Judul penelitian diatas adalah “Strategi Pemograman Radio Publik (Studi Pada Program Acara Walikota Menyapa, Book Review, dan Pendopo di RRI

Yogyakarta)”. Sedangkan penelitian yang akan diajukan penulis berjudul “ Strategi Media Relations RRI Yogyakarta.

Dilihat berdasarkan judul, maka terdapat perbedaan yaitu penelitian pertama membahas tentang bagaimana strategi pemograman radio publik, sedangkan penelitian kali ini membahas tentang strategi media relations RRI Yogyakarta.

## 2. Murti Winarsih

Penelitian Murti Winarsih (06331084), Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta pada tahun 2010. Peneliti tersebut berjudul “Strategi Media Relations Perguruan Tinggi Swasta Dalam Membentuk Citra Di Masyarakat”.

Dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah sebagai berikut;

Bagaimana strategi media relations UII dan UMY dalam membentuk citra di masyarakat dan apa saja kendala media relations dan solusi yang dilakukan UII dan UMY. Sedangkan paradigma yang digunakan dalam penelitiannya adalah paradigma konstruktivisme dengan metode yang dipilih adalah metode deskriptif.

Pada penelitiannya menghasilkan temuan dan analisis bahwa pelaksanaan strategi media relations perguruan tinggi swasta dalam membentuk citra dimasyarakat yaitu humas Universitas Islam Indonesia (UII) dalam membentuk citra di masyarakat antara lain bekerjasama dengan memilih media yang tepat, sehingga terjalin hubungan yang baik dan harmonis antara organisasi dengan media. serta menjalin media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi tentang berbagai kegiatan program kerja dan melancarkan aktivitas komunikasi Humas dengan pihak publik sarannya.

Sedangkan strategi Humas Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dalam membentuk citra dimasyarakat antara lain, bekerjasama dengan memilih media yang tepat, menjalin media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi tentang berbagai program kerja. Serta menjamu dengan baik para jurnalis agar mereka mampu melihat dengan baik agar memberitakan dengan baik pula.

Kendala dan solusi yang didapatkan dari penelitian tersebut yaitu: Pada Universitas Islam Indonesia, kendala yang dihadapi bersumber pada minimnya SDM Humas UII. Kendala lain berasal dari beragam media yang mempunyai karakter yang berbeda. Solusinya, Humas berupaya menyesuaikan dengan karakter media agar informasi-informasi yang diberikan humas kepada wartawan bisa sesuai dengan meteri yang akan dipublikasikan.

Pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, kendala media relations terkait undangan liputan, kadang wartawan tidak menghadiri undangan dari universitas bila tema pemberitaan tidak sesuai dengan tema yang akan wartawan publikasikan. Kendala lainnya adalah penulisan release yang dipublikasi UMY lebih menginformasikan kegiatan internal ke masyarakat. Solusi yang dilakuka Humas UMY adalah lebih meningkatkan kualitas content pemberitaan.

Perbedaan antara peneliti diatas dengan peneliti yang ingin dilakukan peneliti adalah sebagai berikut: Judul penelitian diatas adalah “Strategi Media Relations Perguruan Tinggi Swasta Dalam Membentuk Citra Di Masyarakat”.. Sedangkan penelitian yang akan diajukan penulis berjudul “ Strategi Media Relations RRI Yogyakarta”.

Dilihat berdasarkan judul, maka terdapat perbedaan yaitu penelitian pertama membahas tentang bagaimana strategi media relations perguruan tinggi swasta, sedangkan penelitian kali ini membahas tentang strategi media relations RRI Yogyakarta.

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menganut paradigma konstruktivisme, penelitian ini menjelaskan realitas dengan apa adanya tanpa ada yang diubah. peneliti menganalisa dan menuliskannya sesuai dengan apa yang dilihat lewat observasi dan juga apa yang didapat melalui wawancara.

#### **A.Strategi Media Relations RRI Yogyakarta**

##### **1.Mengelola Relasi**

RRI Yogyakarta sebagai radio tertua di indonesia tentunya mempunyai banyak relasi yang menjadi bagian dari kegiatan yang RRI lakukan maka dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan dan melibatkan berbagai media hubungan yang terjalin sudah sangat baik, hal ini dapat terlihat dari kunjungan yang dilakukan oleh pimpinan RRI Yogyakarta yaitu Ibu saraswati yang diikuti oleh seluruh kepala seksi ke berbagai media cetak maupun elektronik santara lain yaitu: Bernas, Kedaulatan Rakyat, TVRI, Jogja TV. Kunjungan tersebut dilakukan untuk silaturahmi dan membahas mengenai kegiatan yang akan diadakan oleh RRI Yogyakarta serta program-program yang akan dilakukan kerjasama. Kunjungan tersebut tidak hanya menemui pimpinan media tersebut melainkan para wartawan media tersebut juga ikut serta dalam acara kunjungan. Tidak hanya membahas mengenai program saja melainkan kunjungan dilakukan ke untuk menemukan ide-ide yang akan dibuat sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan masing-masing media. Kunjungan tidak hanya dilakukan oleh RRI saja melaikan mitra kerja dan wartwaan media sering kali berkunjung ke RRI Yogyakarta. Hubungan ini dilakukan untuk mengenalkan kepada masyarakat bahwa RRI masih tetap ada dan terbuka seluas-luasnya untuk masyarakat secara luas.

Strategi mengelola relasi ini dilakukan RRI pada kegiatan Hari Radio ke 70 dimana RRI mengadakan forum temu mitra dengan mengundang pemda DIY, Pemkot Jogja, Pemkot Sleman, Polda DIY, Pemkot Jogja, dan sejumlah instansi serta media partner untuk mendukung agar kegiatan berjalan sukses.

Dalam setiap penyelenggaraan tugas dan fungsi layanan dan pengembangan usaha unsur layanan publik yang mengutamakan kepentingan segenap lapisan publik tanpa maksud memperoleh hasil finansial, maupun unsur pengembangan usaha yang berorientasi pada pencarian keuntungan harus menjadi acuan, baik secara terpisah maupun gabungan pada setiap penyelenggaraan tugas atau fungsi tersebut.

## **2. Mengembangkan Strategi**

Strategi yang dilakukan RRI Yogyakarta dengan media massa atau wartawan yaitu selalu melibatkan media sebagai mitra kerja dalam kegiatan yang diadakan RRI. Program-program yang dimiliki oleh RRI dapat di sebarakan oleh media lain, contohnya program ketoprak yang dimiliki RRI hanya dapat didengar melalui radio oleh masyarakat dapat ditayangkan di televisi oleh Jogja TV. Sehingga masyarakat yang tidak sempat mendengar siaran ketoprak dapat melihat di media televisi. Pertukaran program sering dilakukan RRI dengan media lain, semua itu terdapat perjanjian dan kesepakatan bersama, sehingga diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman sehingga hubungan yang baik dapat terus terjalin.

## **3. Mengembangkan Jaringan**

Mengembangkan jaringan lainnya yang dilakukan RRI yaitu RRI mempunyai program RRI Play dan RRI Online dimana masyarakat dapat mendengarkan siaran melalui *smart phone* dan membaca berita ataupun mendapatkan informasi melalui RRI Online yang dinamakan Pusdatin yaitu pusat data dan informasi siaran RRI dimana masyarakat

mendapatkan berita tidak hanya dikota Yogyakarta saja melainkan masyarakat dapat mengetahui kegiatan yang diadakan RRI melalui menu pilihan pilih stasiun terdapat pilihan sesuai siaran yang dikendahi yang berada di Ambon, Ampanan, Atambua, Banda Aceh, Bandung, Banjarmasin, Batam, Biak, Bogor, Bukit Tinggi, Cirebon, Denpasar, Ende, Entikong, Fak-fak, Gorontalo, Gunung Sitoli, Jakarta, Jambi, Jayapura, Jember, Kendari, Kupang, Lampung, Lhok sumawe, Madiun, Makassar, Malang, Malinau, Manado, Manokwari, Mataram, Medan, Merauke, Meulaboh, Nabire, Padang, Palangkaraya, Palembang, Palu, Pekanbaru, Pontianak, Purwokerto, Ranai, Samarinda, Saumlaki, Semarang, Serui, Sibolga, Singaraja, Sintang, Sorong, Sumenep, Sungailiat, Surabaya, Surakarta, Tahuna, Takengon, Tanjung Pinang, Tarakan, Ternate, Toli-Toli, Tual, Wamena, Yogyakarta. RRI juga mempunyai program VOICE OF INDONESIA (VOI) adalah “World Service” dari Radio Republik Indonesia. RRI yang melayani khalayak internasional melalui saluran internasional RRI. Ditengah kenvergensi media yang sedang berjalan, RRI berkomitmen penuh untuk melakukan yang terbaik untuk memberikan layanan yang terbaikk untuk seluruh dunia. VOI menghasilkan kualitas tinggi, informatif, smartening, dan mencerahkan dengan perspektif universal dan humanis, sehingga menjadi lembaga penyiaran yang independen, dapat dipercaya dan kredibel. Pemikiran, universal dan program humanistik ini dimaksudkan untuk memenuhi perubahan terus dinamis dalam geopolitik, ekonomi, dunia, sosial dan lingkungan. yang dapat diakses melalui website [www.voi.co.id](http://www.voi.co.id) dimana VOI mempunyai program khusus yaitu:

Forum diplomatik: sebuah talkshow bulanan, membahas dan menganalisis isu-isu strategis dalam perspektif global. Sekitar globe: laporan dari wartawan RRI dunia di seluruh dunia. Indonesia Hari Ini: Berita, urusan saat ini, analisis mendalam tentang Indonesia dan dunia, pengayaan lintas budaya dan pemahaman. Tekan Ulasan: talkshow yang membahas isu-isu terkini. Bilik Sastra: sebuah program mingguan menghargai karya sastra yang ditulis oleh orang indonesia yang tinggal di luar negeri.

[www.voi.co.id](http://www.voi.co.id) adalah situs resmi dari VOI memberikan informasi yang komprehensif dalam 8 bahasa tentang Indonesia dan isu-isu internasional. 8 bahasa tersebut yaitu inggris, Indonesia, Perancis, Jerman, Spanyol, Arab, Jepang, dan Mandarin Melalui situs ini masyarakat dapat membaca berita dan informasi transkrip program, lihat ilustrasi,

menonton video, dan mendengarkan audio pada permintaan atau mendengarkan real time streaming VOI siaran 24 jam sehari.

Sejak tahun 2006, VOI telah meluncurkan layanan baru dari siaran menggunakan “internet streaming” selain dari siaran terestrial yang ada. Informasi umum dapat dinilai melalui website ini. Yang menampilkan “audio dan video on demand”. Selama siaran masyarakat juga dapat berinteraksi dengan presenter atau pembicara tamu distudio dengan memanfaatkan Yahoo Messenger id: voinet\_onair dan melalui facebook Voice Of Indonesia.

## **B. Tujuan dan Manfaat Media Relations**

Hubungan antara RRI dengan media diwakili oleh bagian bidang pemberitaan dan bidang layanan dan pengembangan usaha dengan wartawan terjalin dengan baik dan menuju kearah positif demi kepentingan dan tujuan bersama, sehingga informasi dapat tersebar dengan cepat kepada masyarakat luas melalui media yang mereka miliki.

## **C. Kegiatan Media Relations RRI Yogyakarta**

### **1. Konferensi Pers**

Kegiatan konferensi pers dilakukan oleh RRI Yogyakarta sebagai bentuk kerjasama dengan para wartawan, selain itu agar masyarakat dapat mengetahui kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh RRI Yogyakarta, sehingga masyarakat dapat berpartisipasi langsung pada kegiatan-kegiatan yang diadakan RRI Yogyakarta. Konferensi pers yang dilakukan RRI dengan cara memberi undangan baik secara lisan maupun tertulis kepada wartawan yang sudah menjadi partnernya. Terjalannya hubungan yang baik membuat kerjasama yang dilakukan mudah dan dapat terjalin dengan baik. Kegiatan yang mengundang wartawan untuk berdialog dengan top manajemen ini telah disiapkan oleh bagian pemberitaan materi-materi yang akan dibahas nantinya agar para wartawan dapat memahami kegiatan-kegiatan yang akan berlangsung. Materi yang sering dijelaskan pada kegiatan ini yaitu seperti hasil dari kegiatan yang diadakan, persiapan matang, tujuan diadakannya acara tersebut. Sehingga maksud dari diadakannya acara tersebut dapat tersampaikan ke masyarakat melalui media yang mereka miliki.

Kegiatan konferensi pers ini tidak semua acara yang diadakan oleh RRI diadakan namun, hanya acara yang sekiranya dianggap akan banyak peminatnya dan pengunjungnya. Dengan mengundang para wartawan diharapkan agar hasil dari konferensi pers dapat dimuat di media mereka, agar tercapainya peningkatan citra perusahaan dan tersebarnya informasi yang positif kepada publik dengan cara membangun kerjasama yang baik dengan wartawan media.

## 2. Press Breafing

Sebelum pelaksanaan kegiatan, wartawan diundang sebelum acara dan pada saat acara berlangsung, hal ini dilakukan agar para wartawan mengetahui rundown acara dan dapat membantu menyiarkan kegiatan ini serta wartawan dapat memahami tujuan dari diadakannya kegiatan tersebut. Sehingga wartawan diharapkan dapat menyebarkan informasi melalui medianya kepada masyarakat. Informasi didapatkan dari berbagai media cetak dan elektronik. Menyadari bahwa disetiap media mempunyai kelemahan dalam menyebarkan informasi maka, RRI Yogyakarta sangat berharap kepada para wartawan untuk saling bekerjasama untuk tujuan bersama yang baik.

## 3. Press Gathering

Press Luncheon yang diadakan oleh RRI lebih sering disebut dengan Press gathering atau temu kemitraan RRI Yogyakarta diadakan setiap satu tahun sekali, hal ini dilakukan dengan tujuan memunculkan rasa kekeluargaan antara mitra kerja dan para wartawan dengan RRI Yogyakarta. Banyak harapan yang ingin dimunculkan dengan adanya press gathering ini antara lain yaitu munculnya hubungan saling peduli dan adanya rasa saling memiliki, menghormati dan komunikasi yang dapat berjalan dengan baik.

Sebelum mengadakan press gathering seluruh kepala bidang yang ada di RRI Yogyakarta melakukan rapat dan menentukan hari yang tepat untuk mengadakan acara temu kemitraan yang akan mengundang mitra kerja RRI yang meliputi media, lembaga, pemerintah, dan perusahaan.

Kegiatan press gathering ini dilakukan oleh bagian seksi pengembangan usaha dan timnya tahapannya.

## 4. Press Release

Press Release yaitu menyampaikan pernyataan tertulis kepada pihak pers, dan merupakan bentuk komunikasi antara institusi dan wartawan, sesuai dengan pengertian tersebut maka RRI pun tak luput dari press release, kegiatan-kegiatan apapun yang akan di adakan akan disiarkan melalui radio RRI sendiri dibagian pemberitaan di tiap program yang sesuai dengan segmentasi kegiatan tersebut yaitu pada Pro 1 Pusat siaran pemberdayaan masyarakat untuk pendengar yang berusia 40 tahun keatas, Pro 2 Pusat siaran kreatifitas anak muda dimana pendengarnya adalah remaja, Pro 3 Pusat siaran jaringan berita nasional dan kantor berita radio dan Pro 4 Pusat siaran budaya dan pendidikan untuk segala usia. serta para awak media beserta wartawan ikut menyebarkan kegiatan yang kami buat dengan memuat berita kami di medianya. Press release dikirimkan ke media partner dengan harapan dapat disebarluaskan ke masyarakat melalui medianya. Sehingga masyarakat dapat terlibat langsung dalam kegiatan yang diadakan oleh RRI dan merasakan dampak positif dari kegiatan tersebut sehingga citra yang baik dapat tercipta atau terbentuk dengan sendirinya pada masyarakat.

Pengiriman press release yang dibuat oleh bagian seksi liputan berita dan dokumentasi yang dikepalai oleh Drs. Atang Basuki yang nantinya akan dikirim melalui e-mail oleh staff yaitu mas Rosihan Anwar untuk dikirim ke media, pada kegiatan Indonesia Berdonor yang merupakan acara yang mengawali Hari Radio press release yang dibuat akan dikirim ke bernas jogja dengan alamat e-mail [bernasjogja@yahoo.com](mailto:bernasjogja@yahoo.com)

#### 5.Special Event

Special event yang diadakan oleh RRI dinamakan dengan Hari radio yaitu ulang tahun RRI yang jatuh pada tanggal 11 September, kegiatan yang dilakukan setiap tahunnya adalah penyulutan obor tri prasetya yang dilakukan secara serentak oleh RRI diseluruh Indonesia, penyulutan obor yang dilakukan RRI Yogyakarta sendiri diliput oleh Jogja TV dan TVRI yang disiarkan langsung. Kegiatan ini menggelar beragam acara dan lomba dalam rangka peringatan Hari Radio dan sekaligus Hari Ulang Tahun RRI yang melibatkan dan mengundang para mitra kerja yaitu, lembaga, perusahaan, dan wartawan untuk mengikuti secara langsung prosesi upacara hari ulang tahun yang diadakan di auditorium RRI Yogyakarta yang berlokasi di demangan. Masyarakat dapat berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan lomba-lomba yang diadakan oleh RRI Yogyakarta pada hari radio tersebut.



Pada Hari Radio ke 70 kepala stasiun RRI Yogyakarta yaitu Dra. Saraswati SA. dalam acara temu mitra RRI rabu (26 Agustus 2015) menyebutkan, sejalan dengan ikon Yogyakarta akan menggelar lomba penulisan tentang RRI. Dan lomba tersebut akan diperuntukkan bagi semua tingkatan pelajar yang ada. Selain itu pada hari radio ke 70 tersebut RRI Yogyakarta menggelar festival drum band dan marching band tingkat pelajar tak hanya itu saja, puluhan tim drum band dan marching band yang terdiri dari ribuan pelajar rencananya akan berpawai mengelilingi Kota Yogyakarta. Disamping diisi berbagai acara dan lomba.

#### 6.Wawancara Pers

Wawancara pers lebih sering dilakukan oleh wartawan karena hubungan yang terjalin sudah cukup baik maka para wartawan langsung menghubungi pihak RRI Yogyakarta pada saat mendatangi acara yang diadakan oleh RRI untuk memberi tahu bahwa selesai acara akan mewawancarai kepala RRI yaitu ibu saras untuk mendapatkan informasi yang nantinya akan di olah dan ditayangkan di media mereka sesuai dengan kebutuhan mereka. Pimpinan RRI seringkali diwawancarai oleh wartawan dan beliau membuka pintu selebar-lebarnya kepada para wartawan sesuai dengan kebutuhannya.

Wawancara pers pernah dilakukan Bernas kepada RRI pada kegiatan hari radio ke 70 dimana narasumber yang diwawancarai adalah pimpinan LPP RRI Yogyakarta yaitu Dra. Saraswati SA pada kesempatan tersebut beliau menuturkan bahwa kegiatan Indonesia berdonor digelar serentak di seluruh RRI Indonesia. Acara sosial tersebut menjadi pembuka rangkaian Hari Radio disetiap tahunnya.

#### A. Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT)

Tabel 1.3 Analisis SWOT RRI Yogyakarta

Strenght	Weakness	Opportunities	Threats
----------	----------	---------------	---------

<p>1.RRI memiliki 87 stasiun di Indonesia</p> <p>2. RRI merupakan media lokal tertua di mana terdapat pengalaman yang sangat banyak tentunya dapat mengelola relasi dengan berbagai media dan mitra kerjanya yang menghasilkan hubungan komunikasi yang baik dan erat</p>	<p>1. Kurangnya sumber daya manusia yang produktif sehingga radio swasta lebih unggul dan update mengenai perkembangan teknologi dan <i>lifestyle</i></p>	<p>1.Mendapatkan kepercayaan dari mitra kerja dan masyarakat dengan citra yang baik dari dahulu hingga sekarang terbukti dengan adanya dukungan dan keterlibatan media dalam kegiatan yang diadakan RRI Yogyakarta</p>	<p>1.Bertambahnya radio swasta yang lebih modern dan ketatnya persaingan sesama media</p>
<p>3.Mengembangkan strategi dengan adanya program-program yang dimiliki oleh RRI serta menggandeng berbagai media cetak maupun elektronik untuk bekerjasama dalam melaksanakan kegiatan yang diselenggarakan</p>	<p>2. Informasi yang disiarkan tidak dapat diputar kembali dan pendengarnya hanya dapat mendengarkan suara saja</p>	<p>2.peluang lainnya yaitu RRI dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang berbaur pemerintahan yang dimana informasi tersebut tidak dapat didapatkan oleh media lain seperti contoh</p>	<p>2. kemajuan teknologi yang semakin maju</p>

<p>demokrasi kepentingan bersama</p>		<p>pada saat penghitungan suara presiden RRI mendapatkan perhitungan yang akurat dimana informasi tersebut menjadi informasi yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia.</p>	
<p>4. RRI Yogyakarta sangat terbuka dan selalu menjaga kepercayaan dengan para wartawan terbukti dengan hadirnya para wartawan pada kegiatan yang diadakan RRI Yogyakarta seperti special event, press luncheon, wawancara pers,</p>	<p>3. sebagian besar masyarakat masih menganggap bahwa RRI adalah radio pemerintah bukan radio publik</p>		<p>3. kurangnya minat pendengar pada jam penyiaran 4. , keterbatasan waktu yang dimiliki wartawan. Seringnya terjadi kegiatan dengan waktu yang bersamaan dengan media lain sehingga berdampak berkurangnya</p>

<p>press release dan press breafing.</p> <p>5. Mempunyai siaran yang luas melalui KBRN LPP RRI yang dapat diakses melalui <a href="http://www.rri.co.id">www.rri.co.id</a> dimana pada situs tersebut terdapat berbagai informasi berita dengan cakupan yang luas yang dapat diketahui oleh masyarakat pengunjung situs tersebut</p> <p>6. Bidang pemberitaan yang terdiri dari tiga seksi merupakan kekuatan dalam menjalin hubungan secara langsung dengan wartawan sehingga para wartawanpun dengan mudah dapat</p>			<p>media yang meliput.</p>
--	--	--	----------------------------



berkomunikasi baik langsung maupun tidak langsung dengan bagian pemberitaan yang terkait dengan kegiatan maupun strategi media relations.			
--	--	--	--

## 6. Penutup

RRI Yogyakarta sebagai media lokal tertua di Indonesia menyadari akan pentingnya kerjasama yang dilakukan dengan mitra kerja yaitu, media, perusahaan, lembaga, dan wartawan. Kegiatan media relations yang dilakukan RRI dapat membantu menyebarkan informasi seluas-luasnya kepada masyarakat, RRI Yogyakarta sebagai media sendiri mempunyai kekurangan karena hanya bersifat audio saja sehingga perlu melakukan kegiatan acara yang melibatkan masyarakat secara langsung. Peran seksi komunikasi publik layanan dan usaha, pengembangan usaha dan liputan berita dan dokumentasi bekerjasama menjaga nama baik RRI dengan cara menjalin silaturahmi kepada mitra kerja dan media.

Kedua, peran seksi tersebut menjalankan tugasnya masing-masing sehingga semua kegiatan dapat terlaksana dan terdapat penanggungjawabnya sehingga tidak ada persiapan yang kurang saat acara berlangsung. Peran dari Seksi liputan berita dan dokumentasi berhubungan langsung kepada wartawan sehingga kegiatan media relations yang meliputi konferensi pers, press briefing, press release, special event, press luncheon dan wawancara pers dapat dilakukan oleh ahliya.

Strategi media relations yang meliputi mengelola relasi, mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan ketiga strategi menurut Yosol Iriantara telah diterapkan dengan baik oleh Radio Republik Indonesia Yogyakarta dan menjadi kekuatan dari lembaga itu sendiri.

Tujuh kegiatan media relations menurut soemirat dan ardianto ada enam kegiatan yang dijalankan oleh RRI Yogyakarta yaitu konferensi pers, wawancara pers, press luncheon, press release, press breafing, dan special event. special event dan press luncheon menjadi unggulan dari kegiatan media relations yang diadakana RRI tiap tahunnya, dari kegiatan tersebut RRI Yogyakarta dapat berhubungan langsung dengan masyarakat, wartawan, dan mitra kerjanya sehingga pada kegiatan ini acara yang dilakukan tidak tanggung-tanggung acara ini dilakukan secara maksimal. Tujuannya kegiatan ini RRI dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Analisis SWOT terdapat faktor internal dan eksternal dapat menjadi tolak ukur keberhasilan kegiatan pelaksanaan dan hubungan yang harus ditingkatkan dengan mitra kerja maupun media. Sehingga terdapat peningkatan sumber daya manusia, perencanaan, kerjasama dengan semua media baik nasioanal dan internasional. Citra media yang baik dimiliki oleh RRI Yogyakarta dapat menjadi eksistensi RRI sehingga RRI tetap dikenal oleh generasi penerus bangsa “Sekali di Udara Tetap di Udara “



## Daftar Pustaka

- Abidin, Miranty, Marketing Public Relations: Mengkaf 1 Efektifitas dan Efisiensi Praktik Pemasaran dan Public Relations, FE UI dan Indofood Group, Jakarta.
- Astuti, Santi Indra.2008. Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik. Simbiosis Rekatama Media: Jakarta.
- Iriantara, Yosol. Media Relations. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Jefkins, Frank. Hubungan Masyarakat. Jakarta: Intermasa. 2003.
- Kasali, Rhenald, 1992, Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya. PT Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Lane, W. Ronald, Karen Whitehill King, J. Thomas Russell, 2009, Prosedur Periklanan. PT. Indeks, Jakarta.
- Lexy J. Meleong. Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- LPP RRI. 2005. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia. Jakarta: LPP RRI
- Masduki, 2004. Menjadi Broadcaster Profesional. Yogyakarta: Pustaka Populer Lkis.
- Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Ruslan, Rosady. Manajemen Strategi Public Relations, PT Gramedia, Jakarta. 1999.
- Ruslan, Rosady. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: konsep dan aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Salim, Agus. Teori dan Paradigma (penelitian Sosial). Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. Dasar-dasar Public Relations Remaja Rosdakarya, Bandung. 2005.
- Wardhani, Diah. Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

## Internet :

<http://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-contoh-analisis-swot/>