

# STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN NGADA DALAM MENINGKATAN CITRA PEMERINTAH

Yulianus Klino Putra, Lukas Lebi Daga

Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UNDANA

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis dan membahas strategi media relations yang dijalankan Humas Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Ngada dengan media cetak dan media elektronik. Teori manajemen public relations dijadikan sebagai pedoman dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi media relations yang terbangun melalui kerja sama antara Humas Pemkab Ngada dengan media massa baik itu cetak maupun elektronik. Kendala yang ditemukan dari kerja sama baik ini, diantaranya kurangnya komunikasi berkelanjutan yang terjadi antara Humas Pemkab dengan media massa sebagai institusi. Kendala ini menyebabkan citra pemerintah tidak terbangun secara efektif. Karena itu, Humas Pemkab Ngada berupaya memperluas jalinan kerja sama baik lewat penerapan strategi media relations dengan media cetak dan media elektronik agar dapat meningkatkan citra pemerintah di mata publik.*

**Kata kunci :** *Media relations, media cetak, media elektronik, Humas Pemkab Ngada*

Saat ini kita berada dalam era informasi di mana media massa mempunyai peranan yang sangat besar dalam kehidupan kita. Organisasi atau lembaga perlu menjalin dan menjaga hubungan dengan media secara efektif agar dapat membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi. *Media relations* sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya.

*Media relations* atau yang awalnya lebih populer dengan istilah *press relations* merujuk pada relasi suatu organisasi dengan media cetak sehingga cenderung memiliki cakupan arti yang lebih terbatas. *Media relations* kemudian berkembang mencakup berbagai jenis dan karakteristik media, dari yang bersifat cetak, elektronik, bahkan interaktif-maya (*cyber*) dengan kehadiran PR *on-line* via internet.

Pentingnya *media relations* bagi sebuah organisasi tidak terlepas dari “kekuatan” media massa yang tidak hanya mampu menyampaikan pesan kepada banyak khalayak, namun lebih dari itu, media sebagaimana konsep dasar yang diusungnya memiliki fungsi mendidik, memengaruhi, mengawasi, menginformasikan, menghibur, memobilisasi. Dari sinilah media memiliki potensi strategis untuk memberi pengertian, membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat, dan perilaku sebagaimana tujuan yang hendak didasar Lembaga.

*Media Relations* yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Ngada dalam membangun citra positif Pemerintah pimpinan Bupati Marianus Sae dan Wakil Bupati Paulus Soliwoa. Berdasarkan hasil wawancara pra riset via telepon seluler dengan Anastasia

Nitu selaku Kepala Dinas Kominfo (Kamis, 15 juni 2017), mengatakan peran penting Humas Pemerintah semakin memperoleh tempatnya ketika Pemerintah Kabupaten Ngada menghadapi berbagai persoalan kemasyarakatan yang mendasar, yakni peningkatan investasi guna mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Humas Pemkab Ngada menggunakan media cetak (Koran) dan media elektronik (Radio) untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas di Kabupaten Ngada.

Humas pemerintah merupakan ujung tombak dalam menyampaikan program dan kinerja pemerintah. Selain itu, humas sebagai corong atau sumber informasi, dituntut kemampuannya dalam menghadapi tantangan dan perubahan zaman yang sangat cepat terutama menghadapi perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi. Humas pemerintah juga diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan pengelolaan informasi di setiap instansinya, serta mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam mensukseskan berbagai program pemerintah yang hasilnya dapat dinikmati oleh publik. Untuk meningkatkan kemampuan, perangkat humas harus menguasai teknologi informasi dan komunikasi, termasuk di dalamnya media sosial sehingga dapat mengetahui kebutuhan publik. Lebih penting lagi, humas harus menjalin sinergi dan akrab dengan wartawan, agar dapat mengontrol informasi yang disampaikan kepada publik.

Humas Pemkab Ngada menyadari bahwa menjalin relasi dengan media merupakan salah satu cara untuk meminimalisir mengenai berbagai pemberitaan-pemberitaan negatif dimedia massa yang turut mempengaruhi menurunnya citra Pemkab Ngada di mata publik. Humas juga berperan menjembatani antara kepentingan pemerintah dan masyarakat daerah di satu pihak dengan pihak-pihak lain dalam meningkatkan kinerja pembangunan di masyarakat serta kegiatan pemerintahan. Seiring pelaksanaan otonomi daerah yang dititik beratkan pada pemberdayaan dan peran serta masyarakat, menjadikan peran aparatur Humas dan lembaga kehumasan pemerintah sebagai jembatan antara kepentingan pemerintah daerah dengan masyarakat. Karena itu berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Strategi Media Relations Humas Pemkab Ngada dalam Meningkatkan Citra Pemerintah**. Penelitian ini disusun untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi *Media Relations* Humas Pemkab Ngada Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah.

## KAJIAN PUSTAKA

### Konsep Humas

Istilah “masyarakat” dari hubungan masyarakat atau humas merupakan terjemahan “*public*” dari *public relations* atau PR tidaklah tepat, karena publik itu sendiri jika dalam bahasa Indonesia “publik” hanya merupakan sebagian saja dari masyarakat yang lulus. Menurut

soemirat, mendefinisikan humas sebagai salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dan citra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama (Soemirat, 2004:112). Definisi PR juga dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Brown dikutip dari buku dasar-dasar *public relation* mendefinisikan PR adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dan publiknya. (soemirat. 2004:113).

Majelis humas dunia (*worlds assembly of public relations*) tentang definisi Humas yang dikutip oleh Morissan (2006:7) sebagai berikut: “*public relations is te art an social science of analyzing trend, predicting their consequences organization leaders and implementing lanned programs of action which serce both the organization’s and the public interest.*” (humas adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan sarana kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi dan khalayaknya).

Di Indonesia orang yang menyebut PR atau *public realitions* dengan sebutan humas atau hubungan masyarakat, jika ditelaah lebih lanjut Humas sama dengan PR karena memiliki ruang lingkup yang sama yaitu berupa kegiatan yang menyangkut baik individu kedalam maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi (Widjaja, 1997:53). Istilah humas lebih

dikenal dan digunakan pada instansi pemerintah, sedangkan istilah PR lebih dikenal dan digunakan pada perusahaan swasta. Pada dasarnya fungsi dan tugas humas atau PR berada pada ruang lingkup yang sama.

### **Fungsi Humas**

*Public Relations* dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna dan menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik. Fungsi PR menurut Rosady Ruslan (2001 :35) adalah (a) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi; (b) Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik internal maupun eksternal; (c) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi; (d) Melayani publik sebaik mungkin dan memberikan nasihat (*advis*) kepada pimpinan organisasi dengan ini mengabaikan kepentingan umum; (e) Bersikap bahwa tujuan dan sasaran itu dalam pengertian bukan untuk memperoleh keuntungan dari publik sasaran (masyarakat), melainkan memperoleh keuntungan bersama (*mutual benefit*), terampil dalam memadukan keuntungan dengan tanggung jawab sosial; (f) Bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (*listening*) dan bukan *hearting* mengenai aspirasi yang ada didalam masyarakat; (g) Bersikap dan terampil aktif dalam menerjemahkan atau mengoperasionalkan kebijakan-kebijakan perusahaan dalam sempit dan mengaitkan dengan kebijakan dalam arti luas.

## Tujuan Humas

Frida Kusumastuti (2002: 20) menjelaskan bahwa tujuan humas adalah sebagai berikut:

- (1) Terpelihara dan Terbentuknya Saling Pengertian (*Aspek Kognisi*). Tujuan humas pada akhirnya adalah membuat publik dan organisasi/lembaga saling mengenal. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan harus menunjukkan adanya usaha komunikasi untuk mencapai saling kenal dan mengerti tersebut.
- (2) Menjaga dan Membentuk Saling Percaya (*Aspek Afeksi*) Di sinilah humas menggunakan prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Dia mempersuasi publik untuk percaya kepada organisasi/lembaga, sebaliknya juga organisasi/lembaga untuk percaya kepada publiknya.
- (3) Memelihara dan menciptakan Kerja Sama (*Aspek Psikomotoris*) Dalam contoh hubungan dengan pers (*external public relations*), aspek psikomotoris dapat dilihat dari usaha humas sebagai wakil organisasi/lembaga untuk senantiasa terbuka terhadap pers yang menginginkan fakta, tidak mempersulit kerja pers dalam mendapat informasi dan menghubungi sumber berita, bahkan bila mungkin humas memberi ide kepada pers (*take media initiative*).

## Humas Dalam Lembaga Pemerintah

DENNY grisworld (dalam Danandjaja, 2011 : 16) merupakan suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan dan prosedur dari seorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik, merencanakan dan menjalankan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh publik. Dalam lembaga pemerintahan penggunaan istilah humas lebih populer dibandingkan *public relations*. Menurut Edwar L. Berneys (dalam Sari, 2012 : 1) Dalam Bukunya *Public Relations* menyatakan Humas mempunyai tiga macam arti, yaitu : (1) Memberi informasi kepada masyarakat; (2) Persuasi yang dimaksudkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga, demi kepentingan kedua belah pihak; (3) Usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan antara lembaga dengan sikap atau perbuatan masyarakat.

## Strategi Humas / Strategi PR

Strategi dapat didefinisikan sebagai penentuan tujuan dan saran usaha jangka panjang, dan adopsi upaya pelaksanaan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Cutlip, 2006:353). Kata strategi mempunyai pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan atau daya juang. Artinya menyangkut dengan hal-hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya perusahaan atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam atau dari luar (Soemirat, 2004:91).

Sedangkan menurut Rosady Ruslan (2002), yang dikutip oleh Nova dalam

bukunya krisis publik relations(2009:41-43) strategi Humas atau yang lebih dikenal dengan bauran Humas adalah : (a) *Publications* (publikasi); (b) *Event* (penyusunan program acara), terdiri dari : *Calendar event, Special event, Moment event, News* (menciptakan berita), *Community Involvement* (kepedulian kepada komunitas, *Inform or image* (memberitahukan atau meraih citra, *Lobby or negotitation* (pendekatan dan bernegosiasi, dan *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial).

### **Media Relations**

Menurut Ruslan (2006:167-168) dalam buku Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (konsep dan Aplikasinya) menyatakan bahwa *media relations* sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Karena peran hubungan media dan pers dalam kehumasan tersebut dapat sebagai saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan maka upaya peningkatan pengenalan (*awareness*) dan informasi atau pemberitaan dari pihak publikasi humas merupakan prioritas utama.

Iriantara (2005:32) mengartikan *media relations* merupakan bagian dari PR eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media masa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Ruslan (2006:187-194), kegiatan yang berkaitan dengan *media relations* adalah : *Press Conference, Press Tour, Press Receptions, Press Briefing, Press*

*Statement, Press Interview, Press Gathering,*

### **Tujuan Media Relations**

Setiap organisasi atau perusahaan yang menjalankan kegiatan *media relations*, pada umumnya merupakan perusahaan yang sangat membutuhkan dukungan media masa dalam pencapaian tujuan organisasi. Menurut Rachmadi dalam (Wardhani, 2008:13) secara rinci tujuan media bagi organisasi adalah:

- 1) Memperoleh publisitas seluas mungkin tentang kegiatan serta langkah organisasi yang dianggap baik untuk diketahui publik.
- 2) Memperoleh tempat dalam pemberitaan media secara objektif, wajar dan berimbang mengenai hal-hal yang menguntungkan organisasi.
- 3) Memperoleh umpan baik mengenai upaya dan kegiatan organisasi.
- 4) Melengkapi data bagi pemimpin organisasi untuk keperluan kebijaksanaan.
- 5) Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dikelandasi saling percaya dan menghormati.

### **Strategi Media relations**

Menurut Iriantara dalam bukunya *media relations* konsep, pendekatan, dan praktik (2005:80-97) memaparkan bahwa strategi *media relations* terdiri dari:

- 1) Mengelola Relasi  
Mengelola relasi yang baik dengan media menjadi sangat penting untuk menunjang kegiatan Humas. Hal ini dimaksudkan agar organisasi dapat berkomunikasi dengan baik

oleh publiknya. Dalam mengelola relasi media masa, Humas bukan hanya menjalin hubungan baik dengan institusi media masa saja, melainkan juga dengan para wartawan. Dalam menjalin relasi yang baik antara Humas dengan institusi media masa dan wartawan hal terpenting yang harus diperhatikan adalah hubungan antara dua profesi yang saling membutuhkan.

2) Mengembangkan strategi

Setelah relasi dengan media terjalin dan terpelihara dengan baik, maka Humas harus tetap mengembangkan strategi guna untuk lebih memaksimalkan strategi yang sudah ada. Beberapa upaya pengembangan strategi dengan cara, mengembangkan materi-materi Humas untuk media massa, menambah jumlah media untuk menyampaikan pesan kepada publik, membangun dan memelihara kontak dengan relasi baru, mempromosikan organisasi sebagai sumber informasi handal untuk media massa, serta mempromosikan pimpinan organisasi juru bicara di berbagai kegiatan.

3) Mengembangkan Jaringan

Mengembangkan jaringan merupakan aspek pokok dalam *media relations*. Beberapa cara untuk mengembangkan jaringan adalah memasuki organisasi-organisasi profesi lain, nasional, samapai internasional. Memasuki organisasi profesi kehumasasn seperti perhumas merupakan salah satu organisasi yang akan memperluas jaringan seorang

dalam bidang kehumasaan. Selain itu mempunyai kontak dengan organisasi profesi lain seperti wartawan, menjadi sangat penting guna memperluas jaringan Humas dengan dunia media massa.

### Citra

Menurut Adrianto (2011:62) citra atau *image : the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object person or organization* (citra adalah perasaan, gambaran, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi atau lembaga; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi). Citra dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu dari aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi.

### Jenis Citra

Menurut Jefkins (2003 : 20-22) menyebutkan beberapa jenis citra (*image*). Berikut lima jenis citra yang dikemukakan yaitu: Citra bayangan (*mirror image*): Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpnnya mengenai anggapan pihak luar terhadap organisasinya. Citra yang berlaku (*current image*). Citra yang diharapkan (*wish image*). Citra perusahaan (*corporate image*). Dan, Citra majemuk (*multiply image*).

### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif yang prosedur penelitiannya yang menghasilkan data deskriptif berupa

kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif. Lokasi penelitian di kantor Humas Pemkab Ngada, di jl. Soekarno-Hatta. Alasan peneliti dalam pemilihan lokasi penelitian pada bagian humas adalah peneliti melihat adanya masalah-masalah yang ada.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Hasil Penelitian**

#### **Analisis Strategi *Media Relations* Bagian Admas Setda Kabupaten Ngada**

Strategi *Media Relations* yang dijalankan oleh bagian Admas sekretaris daerah Kabupaten Ngada merupakan suatu proses komunikasi kepada publik dengan tujuan untuk menjalin relasi yang baik sehingga tercapai tujuan untuk membangun, membina, dan menjaga citra (*image*) instansi agar tetap positif. Hubungan dengan media (*media relations*) menjadi satu keharusan yang tidak dapat dipisahkan dalam profesi setiap Humas. Sebab itu kegiatan *Media Relations* perlu dibangun untuk terus dipelihara dengan baik. Dalam penelitian yang dilakukan di bagian Administrasi Masyarakat Sekretariat Daerah Kabupaten Ngada media dinilai memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik baik itu opini negatif maupun opini positif. Karena begitu pentingnya media elektronik (radio) dan cetak (Koran) sebagai media komunikasi dengan publik, maka Humas Pemerintah

Kabupaten Ngada melakukan hubungan yang berhubungan dengan *Media Relations*. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun dan membina hubungan yang harmonis dengan kalangan media yaitu media cetak (Koran) maupun Media elektronik (radio), hubungan yang harmonis tersebut berupa adanya rasa saling pengertian, menghargai dan menghormati antara kedua belah pihak. Strategi *Media Relations* yang dijalankan adalah melakukan kerja sama dengan media massa yaitu media cetak seperti (Koran Flores Pos, Pos Kupang, Media Cermat dan Media Online untuk fungsi pemberitaan) dan media elektronik yaitu Radio Pemerintah Daerah (RPD Ngada).

*Media Relations* merupakan suatu kegiatan yang sangat penting dalam menjalin hubungan baik dengan media cetak. Keberhasilan suatu organisasi tidak terlepas dari campur tangan media cetak. Oleh karena itu menjalin hubungan baik dengan media cetak menjadi sangat penting untuk tercapainya tujuan organisasi.

*“Peran Humas adalah mengumpulkan informasi tentang pelaksanaan kebijakan dan program pembangunan dari setiap organisasi perangkat daerah untuk disebar-luaskan kepada masyarakat. Humas juga melaksanakan urusan kepertokolan dan hubungan antara pemerintah dan masyarakat serta organisasi kemasyarakatan untuk memperjelas kebijakan-kebijakan pemerintah. Peran Humas juga adalah mendokumentasikan, menginventarisir dan*

*mendistribusikan informasi publik melalui media massa kepada masyarakat”. (Sumber wawancara mendalam dengan Martinus P. Langa Kepala Bagian Humas Setda Ngada, pada tanggal 12 september 2017).*

Hal serupa juga diungkapkan wartawan Flores Pos Pada tanggal 13 september 2017 yang menyatakan bahwa :

*“Humas Pemkab Ngada dalam menyampaikan informasi kepada publik dengan mengundang pekerja media untuk menyampaikan informasi-informasi dan berita yang telah disajikan untuk siap diberitakan melalui media cetak yaitu koran Flores Pos dan Pos Kupang”.(Sumber : wawancara mendalam dengan Wim Derosari selaku wartawan Flores Pos, pada tanggal 13 september 2017).*

Sedangkan menurut Hubertus F. Wawo selaku Kasubag dokumentasi, pengumpulan informasi dan pemberitaan pada tanggal 15 September 2017 yang menyatakan bahwa :

*“Adapun berita yang dipublikasikan yaitu berita tentang kegiatan pemerintahan dan berita berupa klarifikasi, meluruskan atau menyelesaikan berupa pernyataan kepala daerah”.(Sumber : wawancara mendalam dengan Hubertus F. Wawo Kasubag dokumentasi, pengumpulan informasi dan pemberitaan pada tanggal 15 September 2017).*

Dalam menjalin hubungan yang baik dengan media massa hubungan antara kedua belah pihak menjadi hal

penting yang harus diperhatikan. Untuk menjaga hubungan agar dapat terjalin dengan baik maka perlu adanya komunikasi yang cukup intens di antara kedua belah pihak yang berkaitan dengan tugas-tugas pokok dari kedua pihak tersebut.

*“Humas menjalin kerja sama dengan media cetak, salah satu media yang bekerja sama dengan bagian Humas adalah media cetak (Pos Kupang) dalam menyalurkan informasi kepada publik. Informasi berupa kegiatan pemerintah, pembangunan dan pemberdayaan serta kegiatan sosial kemasyarakatan lainnya yang dihadiri oleh kepala daerah”.(sumber : wawancara mendalam dengan Teni Jenahas wartawan Pos Kupang, pada tanggal 14 september 2017).*

Sedangkan menurut Martinus P. Langa Selaku Kepala Bagian Humas Setda Ngada Pada Tanggal 12 September 2017 yang menyatakan bahwa :

*“Masyarakat semakin ikut berpartisipasi dalam seluruh kegiatan pemerintah, pembangunan dan pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah daerah, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dan keberhasilan pemerintah daerah (kepala daerah) semakin meningkat dan citra positif pemerintah di hadapan masyarakat semakin meningkat”.(Sumber : wawancara mendalam dengan Martinus P. Langa Kepala Bagian Humas Setda Ngada,*



*pada tanggal 12 September 2017).*

Humas Pemerintah Kabupaten Ngada mempunyai tugas pokok untuk meningkatkan citra pemerintah di mata publik, Humas mempunyai tugas dan fungsi untuk memfasilitasi, seperti menyebarluaskan segala informasi mengenai kebijakan atau program unggulan pemerintah untuk disebarluaskan kepada masyarakat luas dan membangun komunikasi serta relasi yang positif antara pemerintah dan media.

*“Dengan pemberitaan dan penyebarluasan informasi melalui media massa yaitu media cetak dan elektronik, dokumentasi pelaksanaan kegiatan dan program serta kebijakan kepala daerah (foto, video) serta kegiatan pembuatan sambutan Bupati dan Wakil Bupati”.*(sumber : wawancara mendalam dengan Martinus P. Langa Kepala Bagian Humas Setda Ngada, pada tanggal 14 September 2017).

Sedangkan menurut Hubertus F. Wawo selaku Kasubag Dokumentasi, Pengumpulan Informasi dan Pemberitaan, pada tanggal 15 September 2017, yang menyatakan bahwa :

*“Menyusun rumusan teknis kebijakan kepala daerah (sambutan Bupati dan Wakil Bupati dan melakukan koordinasi dengan seluruh organisasi perangkat daerah, instansi vertikal, BUMN, BUMD dan organisasi kemasyarakatan lainnya, untuk menghimpun informasi sehubungan rumusan kebijakan kepala*

*daerah”.*(Sumber : wawancara mendalam dengan Hubertus F. Wawo Kasubag dokumentasi, pengumpulan informasi dan pemberitaan, pada tanggal 15 September 2017).

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa Humas Sekretariat Kabupaten Ngada dalam menjalankan peran dan fungsinya sebagai upaya untuk menjalin hubungan timbal balik yang positif dengan publik telah menjalankan fungsi dasarnya yakni sebagai penyampai informasi dan sebagai pencari informasi.

Dalam menjalankan *media relations* Humas Pemerintah Kabupaten Ngada mempunyai tugas dan fungsi untuk menyebarluaskan informasi tentang pemerintahan, pembangunan kepada masyarakat luas. Dalam menjalankan tugas dan fungsi Humas adapun kendala atau masalah yang ada. Hal tersebut diungkapkan oleh Hubertus F. Wawo selaku Kasubag dokumentasi, pengumpulan informasi dan pemberitaan, pada tanggal 15 September 2017 :

*“Kurang nya personil pada bagian Humas yang dirasa tugasnya cukup berat dalam pelaksanaannya dan fasilitas yang ada masih kurang antara lain jumlah camera yang sedikit dan keterbatasan jumlah komputer”.* (Sumber : wawancara mendalam dengan Hubertus F. Wawo Kasubag dokumentasi, pengumpulan informasi dan pemberitaan pada tanggal 15 September 2017).

Hal serupa juga di ungkapkan oleh Wim Derosari selaku wartawan Flores Pos, pada tanggal 13 September 2017, yang menyatakan bahwa :

*“Kekurangan sumber daya manusia yang berkompeten baik dari aspek kuantitas maupun kualitas dalam menjalankan fungsi sebagai jibir (sebagai pengumpulan berita atau informasi) serta fungsi dokumentasi (foto, video dan cameraman), kekurangan sumber daya alat misalnya : camera, alat pembuat video, alat sound system dan kekurangan sumber daya dana atau uang”.* (Sumber : wawancara mendalam dengan Wim Derosari wartawan Flores Pos, pada tanggal 13 September 2017).

Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Ngada dalam menjalankan kegiatan *media relations* yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan para wartawan. Menjaln hubungan baik dengan media, diharapkan dapat meningkatkan rasa saling pengertian, memahami, dan saling menghormati antara kedua bela pihak.

*“Humas Pemkab Ngada melakukan kerja sama dengan media massa (media cetak) seperti Koran flores Pos, Pos Kupang, Media Cermat dan Media Online untuk fungsi pemberitaan dan menerbitkan bulletin (Ngada Mandiri), hasil dokumentasi kegiatan program dan kebijakan Pemda di publikasikan serta kegiatan konferensi pers untuk tujuan penyebarluasan informasi kepada publik dan termasuk membangun citra positif pemerintah kepada publik (masyarakat)”.* (Sumber :

*wawancara mendalam dengan Martinus P. Langa Kepala Bagian Humas, pada tanggal 15 September 2017).*

Sedangkan menurut Wim Derosari selaku wartawan Flores Pos wawancara pada tanggal 14 September 2017 yang menyatakn bahwa :

*“informasi-informasi yang disampaikan Humas adalah informasi berupa foto dan video kegiatan pemerintahan, pembangunan dan pemberdayaan serta kegiatan social kemasyarakatan lainnya yang dihadiri oleh kepala daerah serta informasi teknis kepertokolan tentang kegiatan pemerintahan”.* (Sumber : wawancara mendalam dengan Wim Derosari wartawan Flores Pos, pada tanggal 14 September 2017).

Hal serupa juga didapat dari hasil wawancara dengan Teni Jenahas selaku wartawan Pos Kupang pada tanggal 16 September 2017 yang menyatakan bahwa :

*“Ia, Humas dalam memberikan informasi mengenai pemerintahan, pembangunan kepada publik (masyarakat) dengan adanya kerja sama dan hubungan baik dengan media”.* (Sumber : wawancara mendalam dengan Teni Jenahas wartawan Pos Kupang, pada tanggal 16 September 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan nara sumber diatas, dapat dikatakan bahwa strategi *media relations* Humas Pemerintah Kabupaten Ngada dalam menjalin hubungan baik dengan media massa hal yang penting untuk diingat adalah

hubungan antara dua profesi atau bidang tugas saling membutuhkan. Agar hubungan tersebut dapat terjalin dengan baik tentu saja mesti ada komunikasi yang cukup intens diantara kedua belah pihak yang berkenaan dengan tugas-tugas pokok masing-masing.

*“Humas menyampaikan informasi kepada publik dengan menggunakan media Massa (media cetak) Koran Flores Pos, Pos Kupang, Media Cermat dan media elektronik (Radio, RSPD Ngada), gambar, foto dan video serta koferensi pers”. (Sumber : Wawancara mendalam dengan Wim Derosari wartawan Flores Pos, pada tanggal 14 september 2017).*

Menurut Teni Jenahas selaku Wartawan Pos Kupang, pada tanggal 15 september 2017 yang menyatakan bahwa :

*“Media dapat membantu dan mensosialisasikan kebijakan kepala daerah kepada masyarakat luas, membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media sebagai sarana komunikasi serta media dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif lembaga”. (Sumber : wawancara mendalam dengan Teni Jenahas wartawan Pos Kupang, pada tanggal 15 September 2017).*

Berdasarkan data dari hasil penelitian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi *media relations* Humas Pemkab Ngada dalam meningkatkan citra pemerintah yaitu dengan adanya kerja sama yang terjalin cukup baik dengan media cetak (Koran

Flores Pos, Pos Kupang, Media Cermat) dan elektronik yaitu Radio Pemerintah Daerah (RPD Ngada). Pelaksanaan strategi *media relations* Humas Pemkab Ngada pada dasarnya adalah membangun hubungan baik dengan publiknya dan juga menciptakan citra positif.

Dalam aktivitas *media relations* yang dijalankan Humas Pemkab Ngada seperti adanya keterbukaan informasi kepada media massa, keterbukaan informasi adalah salah satu prinsip Humas, dengan memberikan informasi kepada masyarakat melalui media massa menjadi tugas utama pihak Humas.

## PEMBAHASAN

Humas Pemerintah Kabupaten Ngada dalam membangun, menjaga dan meningkatkan citra Pemerintah di mata publik yaitu dengan Menjalin dan menjaga hubungan baik dengan media. Humas merupakan garda terdepan pemerintah dalam hal menyampaikan dan menyebarluaskan informasi mengenai segala bentuk kebijakan atau program pemerintah untuk disebarluaskan kepada masyarakat. Komunikasi yang efektif mensyaratkan adanya pemahaman komunikasi yang benar secara komprehensif yang berlandaskan kejujuran dan berkomunikasi atas dasar hati nurani.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Manajemen *Public Relations*, dalam pelaksanaan pekerjaan seorang praktisi Humas akan menggunakan konsep-konsep manajemen untuk mempermudah pelaksanaan tugas-tugasnya,

manajemen PR (Humas) dapat dikatakan sebagai penerapan fungsi-fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penstaffan, pemimpin dan evaluasi) dalam kegiatan humas, Manajemen humas berarti melakukan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Sekretaris Daerah Kabupaten Ngada memiliki mitra kerja dengan media cetak (Koran Flores Pos, Pos Kupang dan Media Cermat), media elektronik (Radio RSPD Ngada) dalam mempublikasikan informasi pemerintahan, pembangunan dan pemberdayaan serta kegiatan sosial kemasyarakatan kepada public.

*Media relations* sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya. Di sisi lain, fungsi *media relations* yang berjalan baik sangat bermanfaat bagi aktivitas lembaga karena pihak media memberi perhatian pada isu-isu yang diperjuangkan.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa strategi *media relations* yang dijalankan pihak Humas Pemerintah Kabupaten Ngada salah satu tujuan pentingnya adalah untuk meningkatkan citra pemerintah, dimana hal ini menjadi salah satu bahan pemberitaan di media cetak terkait dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapinya, sehingga bagaimana strategi Humas Pemerintah Kabupaten Ngada dalam meningkatkan citra pemerintah melalui media massa yaitu media cetak (Flores

Pos, Pos Kupang dan Media Cermat) dan media elektronik (Radio) merupakan tujuan utama yang ingin dicapai perusahaan sehingga citra pemerintah tetap positif di mata publik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dari data-data yang diperoleh selama penelitian berlangsung mengenai strategi *media relations* Humas Pemerintah Kabupaten Ngada dalam meningkatkan citra pemerintah, maka dapat disimpulkan bahwa strategi *media relations* yang dijalankan Humas Pemerintah Kabupaten Ngada juga didukung dengan adanya beberapa kegiatan yang berhubungan dengan *media relations* seperti : kegiatan *press coference*, *press statement*, *press interview*. Strategi *media relations* yang dijalankan yaitu Melakukan kerja sama dengan media massa (media cetak) seperti Koran Flores Pos, Pos Kupang, Media Cermat dan Media Online untuk fungsi pemberitaan, (media elektronik) seperti Radio Pemerintah Daerah.

**Buku :**

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *handbook of Public Relation. Pengantar komprehensif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Cutlip, Scott. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins Frank. 2003. *Public Relation*. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, Rachmad. 2008. *Public Relations Writing*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Matthew, Miles B, dan Hunerman A. Michael. 1992. *Analisis data kualitatif*. Jakarta : Ui.
- Mulyana, Deddy, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya. Bandung, 2007
- Morrisan. 2006. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : Kencana.
- Onong Uchjana Effendy (2002). *Hubungan Masyarakat Suatu studi Komunikologis*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne & Don F. Faules, *Strategi Komunikasi Organisasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung : 2000.
- Ruslan, Rosady, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi. Rajawali Pers, Jakarta : 2006*
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Alfabeta : Bandung
- Soemirat, Soleh. 2004. *Dasar-dasar Publik Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Wardahni, andy, *Teori Komunikasi*, Ghlia Indonesia, Bogor : 2009.

**Sumber Lain :**

**Skripsi**

- Allan Maryo Djara. 2016. "Publikasi *public Relations* Tentang Informasi Pilkada Melalui Media *Online* (Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Website* Badan Pengawas Pemilu Provinsi NTT)". Skripsi, Universitas Nusa Cendana.
- Mega K. Theodoris. 2014. "Media Relations dalam Pilkada (Studi Kasus Tentang Promosi Diri Paket Frenly Melalui Media)". Skripsi, Universitas Nusa Cendana.
- Prima Manuel Tumbuan. 2014. "*Media Relations* PT. Telekomunikasi, Tbk. Kandatel Kupang Dalam Mengelola Hubungan Dengan Media Cetak Untuk Meningkatkan Citra Positif". Skripsi, Universitas Nusa Cendana.

**Internet**

- <https://bincangmedia.wordpress.com/tag/strategi-media-relations/>
- <http://ickbotha.blogspot.co.id>
- <http://kamparkab.go.id/berita/bangkinang-kota/peran-humas-dalam-membangun-citra-pemerintah.html>