

STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PEMERINTAH KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT SEBAGAI KOTA INOVATIF

(Studi tentang Strategi *Media Relations* Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat dalam Menjalin Hubungan dengan Media Untuk Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan di Masyarakat)

Oleh:

(Wulan Dewi Wiki H., Dra. Maya Sekarwangi, M.Si, Drs.Siswanta,M.Si)

Abstrak

Strategi Media Relations sebuah instansi dapat menggiring opini masyarakat untuk membentuk citra instansi yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi media relations bagian humas dan protokol Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat dalam menjalin hubungan dengan media untuk meningkatkan citra positif di masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan obyek penelitian Sekretariat Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat pada bagian Humas dan Protokol sub. Bagian peliputan dan publikasi Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat. Sumber data primer yaitu dengan melakukan wawancara secara mendalam, sedangkan sumber data sekunder melalui buku referensi, artikel, sumber data lain (internet) dan jurnal penelitian. Teknik penentuan informan yaitu *purposive sampling*. Teknik validitas dan reliabilitas data menggunakan triangulasi sumber. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan model interaktif. yaitu pengumpulan data, penyajian data, dan penyimpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi media relations pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat sebagai kota inovatif telah melaksanakan kegiatan media relations yang pertama mengelola relasi, yang kedua mengembangkan strategi, dan yang terakhir mengembangkan jaringan.

Kata Kunci: Strategi Media Relation, Kota Inovatif, Citra Positif, Pemerintah Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat

Abstrack

Strategy of media realtions an agency can lead public opinion to form a good agency image. This study aims to describe and analyze the media relations strategy of the public relations department and the protocol of the West Kotawaringin Regency Government in establishing relations with the media to increase a positive image in the community. This research uses a qualitative descriptive method with the object of research being the Regional Secretariat of West Kotawaringin Regency in the Public Relations and Protocol sub-section. The coverage and publication section of the West Kotawaringin Regency Government. Primary data sources are by conducting in-depth interviews, while secondary data sources are through reference books, articles, other data sources (internet) and research journals. The technique of determining the informants is

purposive sampling. The technique of data validity and reliability uses source triangulation. Data collection techniques through observation, in-depth interviews, documentation and literature study. The data analysis technique uses an interactive model, namely data collection, data presentation, and data inference. The results showed that the media relations strategy of the government of West Kotawaringin Regency as an innovative city has carried out media relations activities, the first is to manage relationships, the second is to develop strategies, and the last is to develop networks.

Keywords: Media Relations Strategy, Innovative City, Positive Image, West Kotawaringin Regency Government

PENDAHULUAN

Internet of Things merupakan Salah satu hal. yang paling berpengaruh di dalam revolusi industri. Kemajuan teknologi internet menuntut masyarakat untuk mulai menjalani hidup serba digital, tidak hanya untuk individu melainkan juga untuk organisasi maupun perusahaan. Perbaikan kecepatan fleksibilitas produksi, peningkatan layanan kepada pelanggan dan peningkatan pendapatan merupakan potensi manfaat yang memberikan dampak positif terhadap perekonomian negara. Kontribusi industri 4.0 dari segi industri adalah melahirkan profesi-profesi baru yang secara independen memberikan jasa konsultasi di bidang. humas, atau memperkaya departemen Humas yang ada di suatu perusahaan (Meranti & Irwansyah, 2018:28).

Hubungan masyarakat (Humas) atau yang biasa disebut public relations (PR), menjadi hal yang tidak asing disetiap lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan maupun lembaga perusahaan. Salah satu fungsi Humas adalah mengiring pandangan publik terhadap organisasi atau perusahaan yang mewakilinya untuk memperoleh identitas dan citra organisasi yang baik (*corporate*

identity .and good image). Citra disini merupakan salah. satu aset penting bagi sebuah pemerintah yang selayaknya harus terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra positif bagi Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat sangatlah penting karena dengan citra positif akan lebih. didukung oleh berbagai pihak yang menentukan keberhasilan Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat dalam menuju. tujuan yang diinginkan.

Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat mencoba untuk menjangkau lebih banyak khalayak, untuk menyebarkan berbagai informasi mengenai program, aktivitas, transparansi keuangan, hingga penghargaan yang diperoleh oleh Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat dengan menggunakan media sosial. Namun masih banyak masyarakat yang belum tau kinerja Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat, sehingga kini bagian humas dan protokol Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat melakukan manajemen media sebagai upaya untuk menjembatani antara pemerintah dengan masyarakat agar menciptakan citra positif Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat dimata masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini mendiskripsikan dan menganalisis strategi media relations bagian humas dan protokol Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat dalam menjalin hubungan dengan media untuk meningkatkan citra positif di masyarakat.

Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan akademis terutama bagi para Public Relations, mengenai strategi Media Relations dalam pengelolaan bagian humas dan protokol pemerintahan untuk membangun citra positif. Manfaat praktisi diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan mengenai strategi seorang Public Relations dalam pengelolaan bagian humas pemerintahan untuk membangun citra positif bagi Program Studi Public Relations.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan obyek penelitian Sekretariat Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat pada bagian Humas dan Protokol sub. Bagian peliputan dan publikasi Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat. Sumber data primer yaitu dengan melakukan wawancara secara mendalam, sedangkan sumber data sekunder melalui buku referensi, artikel, sumber data lain (internet) dan jurnal penelitian. Teknik penentuan informan yaitu *purposive sampling*. Teknik validitas dan reliabilitas data menggunakan triangulasi sumber. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan model interaktif yaitu pengumpulan data, penyajian data, dan penyimpulan data.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian mengenai strategi Media Relations Pemerintah Kotawaringin Barat telah berhasil menanamkan citranya sebagai kota yang inovatif. Dalam rangka meningkatkan citra positif melalui media relations, Humas Pemkab Kotawaringin Barat mengambil langkah diantaranya dengan melakukan kerja sama dengan para wartawan surat kabar lokal maupun media sosial. Selain itu juga dilakukan melalui internal instansi, diantaranya dengan melakukan pelatihan-pelatihan media relations. Dengan adanya pelatihan tersebut terjalin hubungan yang baik antara Humas Pemkab Kotawaringin Barat dengan wartawan, serta dengan masyarakat.

Secara mendetail dalam rangka meningkatkan citra Pemkab Kotawaringin Barat dimata publik diwujudkan melalui beberapa kegiatan diantaranya mengelola relasi, dimana dengan menciptakan suasana yang nyaman dalam internal kantor itu sendiri yang kemudian akan mendorong semua pihak memberikan kesan positif tentang kantor Pemerintah Kotawaringin Barat. Pelatihan media relations juga akan menjadi bekal bagi sdm dalam melakukan komunikasi dengan awak media sehingga akan menciptakan citra positif di mata relasi

Pengembangan strategi merupakan langkah kedua setelah terjalinnya hubungan yang baik antara relasi dengan media massa. Pihak Humas dan Protokol PemKab Kabupaten Kotawaringin Barat terus menerus mengembangkan materi PR untuk anggotanya dengan program pendidikan yang berkaitan dengan

Public Relations, kameramen, fotografer, dan jurnalistik, dengan tujuan Humas Pemkab memiliki anggota yang kompeten di dunia pers, sehingga bisa menyediakan materi yang baik bagi media massa.

Pengembangan strategi menjadi ketiga dalam strategi media relations yang dilakukan oleh Pemkab Kotawaringin Barat. Dalam mengembangkan jaringan Humas Pemkab Kotawaringin Barat merekrut wartawan internal dan juga menjalin hubungan yang baik dengan wartawan lainnya. Ini sesuai dengan teori mengembangkan jaringan, yaitu Memasuk organisasi-organisasi profesi atau memiliki kontak dengan organisasi profesi. Dengan begitu tidak hanya informasi saja yang didapatkan tetapi juga memperluas relasi sehingga dapat bertukar pengalaman.

Pemkab Kotawaringin barat yang menjadi kota inovatif membuktikan keberhasilannya dalam menjalankan strategi dengan cara mengelola relasi, mengembangkan strategi melalui peran PR serta mengembangkan jaringan relasi yang lebih luas untuk meningkatkan citra positif Pemkab Kotawaringin Barat di mata masyarakat melalui inovasi-inovasi oleh sdm-nya.

KESIMPULAN

Peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi media relations pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat sebagai kota inovatif telah melaksanakan kegiatan media relations yang pertama mengelola relasi dengan menciptakan suasana kantor yang nyaman sehingga membentuk pola pikir yang positif terhadap instansi serta mengelola hubungan yang baik antara relasi dengan wartawan

Pengembangkan strategi dilakukan dengan cara membekali PR dengan materi melalui pendidikan sehingga memiliki sdm yang berkompeten. Pengembangan jaringan melalui wartawan internal, melakukan pelatihan kepada wartawan media serta menjalin kerja sama dengan pihak luar lembaga sehingga tercipta dan terpeliharaan citra positif Pemkab Kotawaringin Barat di masyarakat melalui inovasi yang dibuat oleh Pemkab Kotawaringin Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, Anneke Lawrencia. (2016). Strategi Media Relations Hotel Grand Darmo Suite Surabaya Dalam Mengelola Publisitas di Media Masa. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol.4(1): 1-11
- Anshar, Muhammad. (2019). Electronic Public Relation: Strategi Mengelola Organisasi di Era Digital. *Jurnal Komodifikasi*. Vol.8: 200-213
- Bugin, Burhan. (2015). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenada.
- Gerry et.al. (2018). Model Diseminasi Informasi Pemerintah Kota Padang Melalui Media Siber. *Jurnal Ranah Komunikasi*. Vol.2(2): 81-88
- Hardiansyah, Haris. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.

- Kawengian, Kirana et.al. (2017). Peranan Komunikasi Pemerintah Dalam Pelaksanaan Program Bersih Kampung. *Jurnal Acra Diurna*. Vol.6(1): 1-15
- Khairina, Nadyatul. (2017). Implementasi Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Universitas Abdurrahman Pekanbaru. *Jom Fisip*. Vol.4(2): 1-11
- Kollian, Jim Briand et.al. (2016). Strategi Media Relations Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Keluarga Berencana (KB) pada Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi NTT. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol.6(1): 51-60
- Meranti & Irwansyah. (2018). Kajian Humas Digital: Transformasi dan Kontribusi Industri 4.0 Pada Stratejik Kehumasan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Vol.7(1): 27-36
- Narti, Sri. (2016). Melihat Hubungan Masyarakat dalam Praktik. *Jurnal Professional*. Vol.3(1): 1-15
- Raharjo, R. Sumantri. (2016). Media Relations di Media Massa. *Profetik Jurnal Komunikasi*. Vol.9(2): 1-10
- Salman. (2017). Media Sosial Sebagai Ruang Publik. *Jurnal bisnis dan komunikasi*. Vol.4(2): 124-131
- Zellatifanny, Cut Medika & Mudjiyanto, Bambang. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Diakom*. Vol.1(2): 83-90