

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan masyarakat atau dikenal dengan Humas mempunyai peran yang sangat signifikan untuk mencapai hubungan yang harmonis dari organisasi dengan pemangku kepentingan, baik itu pihak luar maupun pihak dalam. Sejalan dengan itu menurut seorang ahli humas yaitu Frank Jefkins menyebutkan, bahwa fungsi humas sesuatu yang merangkum secara keseluruhan pesan yang terencana, antara suatu organisasi dengan khalayak. Hal tersebut dilakukan agar tercapainya tujuan-tujuan tertentu yang berlandaskan saling pengertian (Suprawoto, 2018: 41). Idealnya humas akan bergerak untuk membentuk kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh kepercayaan, *goodwill*, saling memahami dan mendapatkan kesan yang baik. Demi tercapainya tujuan tersebut, maka humas berusaha menciptakan hubungan yang harmonis melalui proses komunikasi dua arah.

Berdasarkan Permenpan No.PER/12/M.PAN/08/2007 yang mendeskripsikan ruang lingkup humas sebagai penyampaian pesan dan penciptaan opini publik dengan pemangku kepentingan, komunikasi positif internal dan eksternal guna terciptanya saling pengertian, melaksanakan fungsi manajemen dan membangun citra lembaga pemerintah, bangsa dan negara. Hal yang termaktub tersebut juga bersifat universal yang mana bisa diterapkan juga pada humas bisnis atau swasta.

Pada zaman modern ini, keliru jika ada publik memahami bahwa lembaga tidak membutuhkan publikasi terhadap media, organisasi tidak hanya mengandalkan dari pihak internal saja. Media massa disebutkan sebagai salah satu yang paling dipercaya oleh publik atau masyarakat. Maka dengan demikian salah satu cara untuk mendapatkan kepercayaan, simpati publik dengan menempuh media massa. Pada tingkat pemerintah, Presiden Joko Widodo memiliki pandangan bahwa begitu pentingnya fungsi dan peran humas dalam melakukan komunikasi publik. Membangun tata kelola pemerintah yang bersih, efektif dan demokratis serta terpercaya. Kebijakan dan strateginya mengedepankan akuntabilitas, transparansi dalam setiap adanya tahapan-tahapan dalam penyelenggaraan pemerintah.

Tugas humas pemerintah jika diteliti dari tanggung jawabnya, humas pemerintah itu tidak mudah atau bahkan lebih berat dibandingkan dengan humas swasta. Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat Scott dalam buku (Suprawoto, 2018: 61) bahwa tugas humas itu lebih berat, dikarenakan spesialis humas pemerintah memainkan banyak peran. Hal ini juga diperkuat dengan observasi peneliti bahwa spesialis atau ahli di bidangnya juga tidak banyak di dalam lingkup pemerintah, ini tentunya menjadi tantangan bagi pemerintah dalam mengelola tugas dan fungsinya dengan baik.

Fungsi humas pemerintah sebagai pelayanan publik, juru bicara lembaga, pada publik yang berbentuk informasi dan sebagai fasilitator. Dalam menindaklanjuti pengaduan publik, menyediakan informasi tentang kebijakan,

melahirkan iklim hubungan internal dan eksternal yang sederhana dan penghubung dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) (Kriyantono, 2021: 175). Peran-peran manajerial tersebut sebagai bentuk sasaran dan fungsi humas agar tujuan dapat tercapai. Humas pada dasarnya merupakan kegiatan dari komunikasi. Sifat esensial dari komunikasi hubungan masyarakat ialah komunikasi timbal balik. Komunikasi yang timbal balik ini secara fundamental dan tidak bisa diubah yang ada dalam kegiatan praktik humas dengan tujuan agar terciptanya umpan balik.

Praktisi humas harus memiliki kemampuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam hal ini humas harus memperhatikan situasi, waktu dan pendengarannya. Permasalahan yang sering dihadapkan oleh praktisi humas adalah menempatkan manusia seakan akan benda yang mudah untuk dikumpulkan, menurut Maria dalam (Tsuroyya, 2021: 22) kemudian seolah olah manusia bisa diberi penjelasan agar mereka mengetahui sesuatu dan sudah dianggap cukup. Pada kenyataannya publik internal maupun eksternal memiliki dasar sikap, perilaku dan latar belakang yang berbeda. Butuh strategi dan usaha keras untuk memberikan pemahaman pada publik demi membina hubungan yang baik. Citra akan bergantung pada apa yang digambarkan oleh publik. Berlandaskan dari hal tersebut humas harus dapat menciptakan opini publik yang baik mengenai instansi, baik itu melalui media atau humas sendiri yang mewujudkan komunikasi yang efektif.

Melalui teori *stakeholder* yang mana menyatakan cara atau proses dalam membangun hubungan atau relasi. Teori ini menawarkan upaya untuk mendorong instansi dalam memahami pemangku kepentingan agar dapat mencapai tujuan yang

terbaik. Dalam teori ini memiliki pendekatan yakni deskriptif, instrumental dan normatif. Ketiga hal tersebut menjadi kesatuan sebuah tindakan yang dilakukan humas agar terjalinnya relasi yang harmonis. Bagaimana tidak, melalui teori ini akan mendeskripsikan mengenai aktivitas yang aktual yang dilakukan. Kemudian praktisi harus memahami tips atau cara untuk mencapai tujuan dan juga mengembangkan tanggung jawab sosial berdasarkan landasan yang etis dan prinsip filosofis. Dalam sudut pandang humas teori *stakeholder* ini secara deskriptif berupaya untuk mendeskripsikan jenis-jenis dan aktivitas yang nyata adanya, kemudian secara instrumental untuk memahami cara agar tujuan dapat terwujud, seperti meningkatkan keuntungan, terhindar dari tuntutan hukum dan mencapai pertumbuhan. Selanjutnya secara normatif humas dapat merancang cara membangun relasi.

Masalah aktual dalam praktik humas berdasarkan riset yang ditemukan, yaitu bentuk strateginya. Melalui kemajuan teknologi yang berkembang pesat pada dunia komunikasi, peran dari humas terhadap bentuknya citra melalui media merupakan suatu tuntutan yang harus diperhatikan bagi setiap organisasi. Penggunaan media sosial pada tahun 2020 di Indonesia semakin meningkat berdasarkan laporan statistika, paling banyak berusia 25-34 dan pada urutan kedua sekitar 18-24 tahun. Pertumbuhan dan perkembangan media baru ialah fenomena yang nyata yang dilalui oleh masyarakat. Ciri-ciri dalam media baru ini yang bersifat mendekati atau konvergen, tidak terbatas waktu dan ruang. Semakin banyaknya pengakses media sosial, maka menjadi tantangan bagi humas

pemerintah dalam penyampaian informasi atau pesan yang dianggap kaku menjadi bahasa yang sederhana. Sehingga menarik mereka untuk melihatnya, seperti penyajian informasi berbentuk konten video.

Dalam menerima pesan atau informasi dulunya publik mendapatkan melalui surat kabar, televisi dan radio. Pada saat ini media tersebut disebut sebagai media konvensional. Menurut (Ummah, 2021: 81) selain hal tersebut yang termasuk media lama ialah *print and directory advertising, outdoor advertising and direct email*. Media massa terus melakukan perkembangan, dengan begitu ada beberapa perubahan dengan kehadiran media baru, dalam industri yang disebut media massa digitalisasi serta konvergensi media. Media massa juga memiliki *social responsibility* atas nama Jurnalisme. Pemberitaan semestinya tidak boleh berpihak pada salah satu kubu, sehingga dalam peliputan tidak menentukan dengan pertimbangan “suka atau tidak suka.” Ditambah lagi jika hanya atas dasar opini atau asumsi stereotip semata. Jurnalis semestinya harus netral dan berimbang. Bukankah dalam rumusan adanya Kode Etik Jurnalis, yang mana disebutkan bahwa ada larangan mencampurkan antara asumsi dan fakta. Melalui ini juga bagaimana sekiranya humas memberdayakan kinerja dari *media relations* dengan baik.

Pada hal lain lagi, humas harus memiliki koneksi dengan organisasi profesi wartawan, seperti Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dan Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI). Melalui tiga organisasi tersebut profesi yang telah diakui oleh Dewan Pers RI, inilah maknanya

menjadi sebuah keharusan humas untuk fokus pengembangan jaringan tim *media relations*.

Dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Reformasi Birokrasi No. 55 Tahun 2011 mengenai pedoman hubungan media di lingkungan instansi pemerintah menjelaskan, bahwa relasi media merupakan cara untuk mendapatkan publisitas yang memuaskan terhadap pesan atau informasi hubungan masyarakat terhadap upaya untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan yang bersifat positif bagi publik. Kualitas informasi juga diasumsikan untuk mencerminkan bagaimana kualitas kehumasan menjalankan peran subsidi informasi. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rachmat Kriyantono (2018) yang berjudul *Disaster Communication In New Media Government Public Relations Perspectives*. Dalam kajiannya terdapat kesimpulan, bahwa kajiannya membuktikan perubahan karakter media konvensional ke media baru belum berimbang.

Pada biasanya pendapat yang tidak baik berasal dari adanya keberpihakan, dugaan yang tidak baik dan sikap tidak mau tahu. Hal tersebut menurut (Panuju, 2018: 132) humas harus mampu untuk mengubah pola dengan sebuah pengetahuan, pengertian dan ketertarikan. Publisitas atau pemberitaan dari media terkadang terdapat perbedaan dengan media yang lainnya. Hal tersebut dikarenakan perbedaan sudut pandang dari pers yang menulis informasi tersebut. Berita negatif cenderung disukai masyarakat, maka media memberikan berita yang negatif untuk mendapatkan respons dari masyarakat. Media massa menganggap berita buruk adalah berita baik karena akan mendapatkan respons dari masyarakat, yang

tentunya akan mendapatkan keuntungan sendiri bagi pihak media. Tuntutan tersebut tidak memedulikan bagaimana instansi pemerintah mendapatkan opini negatif dari publik karena informasi yang dimuatnya. Tentunya praktisi humas tidak akan membiarkan berita yang menyangkut instansi mereka beredar tanpa terkontrol, karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap citra pemerintah.

Permasalahan tersebut disertai juga dengan adanya wartawan yang tidak profesional. Dalam dunia pers, wartawan tersebut disebut sebagai “wartawan gadungan.” Kelompok wartawan ini tergolong pada media yang tidak resmi atau tidak kredibel (Sambo, 2019: 12). Menurut salah seorang praktisi pada bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Padang menyampaikan keberadaannya tentu meresahkan, khususnya bagi pejabat dari instansi pemerintah yang seringkali menemui pejabat tertentu dengan membawa artikel yang bersifat negatif. Mengingat bahwa siapa saja bisa membuat berita media online dari *website*. Maka demikian banyak munculnya media yang tidak kredibel. Humas Kota Padang juga menemukan kualitas yang rendah dari hasil dokumentasi yang dipublikasikan.

Berdasarkan penelitian terdahulu menyatakan seluruh instansi swasta ataupun pemerintahan harus menguasai *media relations*. Penelitian terdahulu dalam skripsi Diah (2018) dengan judul Kinerja Humas dalam Menjalankan *Media Relations* di Pemerintah Kota Palembang, menyatakan bahwa *media relations* dapat mempermudah kerja humas. Namun, pada penelitian tersebut hanya berfokus pada *press release* saja. Menurut peneliti *media relations* ini sebagai “jantung” dari semua aktivitas *public relations*. Maka dengan demikian, *media relations* harus

dikelola dengan baik agar tujuan humas bisa tercapai dengan cara yang efektif dan efisien.

Melalui penelitian ini, peneliti memutuskan untuk memfokuskan atau batasan masalahnya dengan proses atau tahapan-tahapan *media relations* pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setdako Padang, sehingga peneliti dapat mengetahui lebih jauh tentang *media relations* dan dapat juga tercerminkan bagaimana kehumasan di Pemerintah Kota Padang. Hal ini juga didasari atas kesenjangan yang peneliti temukan, baik itu asumsi ataupun faktanya. Menurut akademisi yang pernah peneliti dapatkan bahwa humas pemerintah diibaratkan sebagai filosofis “bika” yang mana memiliki makna humas hanya terkungkung dalam wajan tanah liat yang dikepung bara api. Tidak hanya itu humas juga dikenal hanya sebagai keprotokolan yang hanya memberikan kinerja begitu saja. Berbeda lembaga tentunya berbeda juga kewenangan dari seorang pemimpin. Maka dari itu tidak jarang bahwa instansi tersebut terkenal dengan hanya menjalankan keprotokolan saja, namun tidak menjalankan kehumasan. Semestinya kehumasan dan keprotokolan menjadi satu bagian.

Adapun fakta yang peneliti dapatkan dari sumber lain oleh Bapak Eldi, yang mengabdikan diri selama 28 tahun di Setdako Padang, beliau menyatakan bahwa sebelum 2019 keprotokolan humas tidak berada pada semestinya, keprotokolan ditempatkan pada Bagian Umum Setdako Padang. Maka dari itu peneliti memilih melaksanakan penelitian pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setdako Padang. Keberadaan media dan lembaga-lembaga pembinaan yang berada di

Padang merupakan suatu potensi yang berguna untuk mengejawantahkan dirinya menjadi kota yang tersohor dan terpadang pada masa depan. Namun, pertanyaannya ialah sudah seberapa jauh dan dalam pemerintah menginisiasi dan melibatkan seluruh media ini untuk membangun Kota Padang yang maju dan berkualitas? Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis kejadian peneliti, bahwa Kota Padang terkesan agak menjauh dari prestasi dan citra gemilang di masa lalu, dahulu Kota Padang dikenal dengan kesan kota sebagai pusat pendidikan dan kota terbersih. Kota Padang juga memiliki semboyan Padang Kota Tercinta. Namun, pertanyaan yang besar yang perlu kita jawab ialah, apakah Padang masih tetap menjadi kota yang mencintai dan dicintai oleh masyarakat dan pemerintahnya.

Penelitian ini juga berangkat dari pandangan atau payung post-positivisme yang justru ingin menguji seberapa benarnya keyakinan, apakah benar adanya kepastian yang terbangun dari sebab dan akibat? Peneliti disini bersikap netral karena peneliti mengkaji kenyataan yang ada dari sebuah pernyataan atau pendapat orang lain mengenai Humas Pemerintah Kota Padang yang saat ini bernama Protokol dan Komunikasi Pimpinan yang seolah-olah itu sudah pasti. Disini peneliti memakai payung penelitian ini atas dasar asumsi, pernyataan yang peneliti dapatkan, bukan semata-mata asumsi dari peneliti saja. Peneliti juga mendapatkan *statement* dari masa perkuliahan atau dari sumber-sumber yang lainnya, maka daripada itu peneliti menjadikan itu sebuah bahan atau acuan untuk mencari realitas yang ada. Melalui paradigma ini peneliti juga dapat menyangkal apa yang dianggap orang benar atau tidaknya. Penggunaan paradigma ini peneliti tidak bisa hanya

mendapatkan jawaban ya atau tidak, benar atau salah. Mengingat bahwa dengan adanya perubahan pemimpin, sumber daya manusia yang berada pada lingkungan atau internal Setdako Padang tersebut, maka tentunya individu atau kelompok memiliki upaya dan strategi yang ditempuh masing-masing memiliki perbedaan, hal ini tentu juga dipengaruhi dengan perubahan tahun hal ini yang membuat penelitian menjadi menarik dan akan terus adanya perubahan atau perkembangan. Dalam penelitian ini juga akan menentukan bahwa apa yang dibangun atau diupayakan memiliki kemajuan atau tetap sama saja.

Dalam hal ini juga berlandaskan bahwa setiap instansi memiliki kepentingan yang berbeda ditambah lagi dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi dari era humas 2.0, 3.0, 4.0 dan era 5.0. Wawasan dan teknologi dapat berpengaruh dalam kehidupan bermasyarakat. Hal tersebut juga dimaknai dengan tingginya persaingan dari berbagai sektor yang mana bersentuhan langsung kepada masyarakat, bukan hanya masyarakat namun pemerintah berupaya untuk terus membangun serta menciptakan inovasi-inovasi terutama terhadap pelayanan prima kepada masyarakat. Maka dari itu peneliti melihat bagaimana kinerja Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Padang yang peneliti kerucutkan dengan *media relations*. Protokol dan Komunikasi Pimpinan dan pemerintah bisa saja berdampak negatif apabila *media relations* dilakukan dengan cara yang tidak efektif. Protokol dan Komunikasi Pimpinan pemerintah harus menyiapkan tahapan-tahapan proses *media relations*. Disini peneliti akan menggali proses serta menguraikan langkah-langkah yang diambil untuk terciptanya *media relations* yang sukses. Maka dari itu

peneliti menggunakan judul ***Media Relations* Protokol dan Komunikasi Pimpinan Membangun Citra Positif Pemerintah.**

1.2 Rumusan Masalah

Seperti yang peneliti buat di latar belakang maka peneliti membatasi permasalahan tersebut dengan: Bagaimana *media relations* Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemerintah Kota Padang untuk membangun citra positif pemerintah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun peneliti melakukan penelitian ini dengan yang bertujuan:

1. Untuk menggambarkan tahapan-tahapan proses *media relations* dari Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setdako Padang
2. Untuk menjelaskan *media relations* Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setdako Padang dalam membangun citra positif Pemerintah.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini dilakukan dengan harapan untuk memberikan manfaat teoritis dan praktis, berikut manfaat dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian yang peneliti buat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya dengan kajian yang sama, namun permasalahan yang berbeda.
2. Penelitian ini sebagai sumbangan ilmiah, ide dalam memahami Ilmu Komunikasi dalam bidang kehumasan pemerintah berdasarkan periode yang ditentukan peneliti.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian yang dilakukan sebagai perencanaan dan pengelolaan *media relations* yang sesuai dengan kepentingan instansi.
2. Adanya penelitian ini tentunya peneliti berharap akan menjadi bahan evaluasi agar terjadinya relasi yang harmonis dan baik antara praktisi humas dan wartawan.
3. Melalui penelitian ini dapat memberikan pandangan dan pemahaman yang baru.

