

## **Media Relations Sebagai Strategi Humas Dalam Program Jabar Punya Informasi (JAPRI)**

(Studi Kasus mengenai pengelolaan Media Relations sebagai strategi humas pemprov jabar dalam program Jabar Punya Informasi (JAPRI))

### **Media Relations as Public Relations Strategy through the program Jabar Punya Informasi (JAPRI)**

(Qualitative research method using a case study approach regarding media relations as public relations strategy through the program Jabar Punya Informasi (JAPRI))

<sup>1</sup>Auliya Afiefah, <sup>2</sup>Dadan Mulyana

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung  
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>[Auliyaafiefah@gmail.com](mailto:Auliyaafiefah@gmail.com) <sup>2</sup>[dadanmulyana95@yahoo.com](mailto:dadanmulyana95@yahoo.com)*

**Abstract.** The aim of this study is to know about the media relations management conducted by Humas Jabar as PR Strategy through “Jabar Punya Informasi” program. This study used case study qualitative study with approach used case study. The data collecting techniques were : interview, observation, documentation and literature review related to this research. The result from this research is 1) Humas Jabar build relationship with mass media through Dewan Pers as the legal institution for media verification and journalist 2) Humas Jabar providing services and facilities to the journalist when before and often the program 3) coordination between Humas Jabar and journalist while did the lobbying with the informant and when the publish the news 4) Humas Jabar doing the media relations regarding to the building relationship, building the image and attract public participant. However, there some facility there are several facilities considered less and need to be updated

**Keywords:** Media Relations, Humas Jabar, JAPRI.

**Abstrak.** Program Jabar Punya Informasi (JAPRI) merupakan program terbaru yang dimiliki oleh Humas Pemprov Jabar, program ini memfasilitasi wartawan dalam mencari informasi maupun berita yang berkaitan dengan Pemprov Jabar dengan harapan melalui program ini informasi maupun berita mengenai Pemprov Jabar dapat disebar secara luas kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media relations yang dilakukan oleh Humas Pemprov Jabar sebagai strategi kehumasan melalui program JAPRI. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi, dokumentasi serta studi kepustakaan yang sesuai dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah 1) Humas Pemprov Jabar membangun relasi dengan wartawan media melalui Dewan Pers sebagai lembaga verifikasi media serta wartawan 2) Humas Pemprov Jabar memberikan pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada wartawan media pada saat pra acara hingga pasca pelaksanaan program JAPRI 3) Adanya kerjasama yang dilakukan oleh Humas Pemprov Jabar dengan wartawan media saat melakukan lobby narasumber serta dalam penerbitan berita 4) Humas Pemprov Jabar melakukan media relations sesuai dengan tupoksi humas dalam membangun relasi dan membentuk citra serta partisipasi publik. Namun, masih terdapat beberapa fasilitas yang diarsa kurang dan perlu diperbaharui.

**Kata Kunci:** Media Relations, Humas Jabar, JAPRI

## A. Pendahuluan

Humas dalam sebuah instansi memiliki peran sebagai perantara antara instansi dengan masyarakatnya untuk menjadi jembatan informasi jika terdapat informasi, berita, informasi program maupun klarifikasi yang perlu diketahui oleh masyarakat atau publiknya. Sehingga, seorang humas memiliki upaya untuk membangun relasi dengan wartawan maupun media untuk mencapai hal publiknya secara luas.

Pada September 2018 lalu, Humas Pemprov Jabar yang memiliki program baru yaitu Jabar Punya Informasi (JAPRI) merupakan program *press conference* dalam bentuk *event* yang didalamnya membahas mengenai isu maupun berita apa saja yang dianggap sedang *happening* di kalangan masyarakat. Melalui relasi dengan beberapa media, Humas Pemprov Jabar menginginkan adanya penyebaran informasi secara luas dan serentak kepada masyarakat Jawa Barat, khususnya.

Melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pengelolaan media relations di Humas Pemprov Jabar yang dikelola oleh Tim Humas Pelayanan Media melalui Program Jabar Punya Informasi (JAPRI). Bagaimana membangun relasi antara Humas Pemprov Jabar dengan wartawan media, bagaimana pelayanan yang diberikan oleh tim Humas Pelayanan Media kepada wartawan media dalam Program JAPRI, bagaimana kerjasama yang dilakukan antara Humas Pemprov Jabar dengan wartawan media dalam program JAPRI dan Mengapa tim Humas Pemprov melakukan media relations dalam program JAPRI.

Melalui konteks penelitian yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut karena Program ini merupakan program terbaru yang dijalani oleh Humas Pemprov Jabar

dalam kaitan menjaga relasi dengan wartawan media massa. Sehingga, fokus penelitian dalam penelitian ini adalah “Bagaimana media relations sebagai strategi kehumasan yang dilakukan dalam program JAPRI?”. Maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui cara membangun relasi yang dilakukan oleh Humas Pemprov dengan media dalam program Jabar Punya Informasi (JAPRI)
2. Mengetahui pelayanan yang diberikan Humas Pemprov Jabar kepada media dalam program Jabar Punya Informasi (JAPRI)
3. Mengetahui kerjasama yang dilakukan Humas Pemprov Jabar dengan media dalam program Jabar Punya Informasi (JAPRI)
4. Mengetahui alasan Humas Pemprov Jabar dalam melakukan media relations dalam program Jabar Punya Informasi (JAPRI)

## B. Landasan Teori

Seorang Humas memiliki tugas dalam membangun relasi dan berkomunikasi yang baik dengan publiknya baik internal maupun eksternal, hal tersebut merupakan salah satu tugas terpenting yang perlu dilakukannya yang berkaitan dengan tugas kehumasan. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh Palapah dan Syamsudin (Yulianita,2012) mengenai humas yaitu Public Relations adalah suatu bentuk spesialisasi komunikasi yang bertujuan untuk memajukan saling mengerti dan bekerjasama antara semua public yang berkepentingan guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama. Seperti yang dijelaskan oleh Cangara (2015) Komunikasi menjadi jembatan hubungan antar manusia dalam bermasyarakat

Sehingga melalui komunikasi baik yang dijalankan oleh seorang Humas

dengan beberapa publiknya memiliki tujuan tertentu yang akan dicapai seperti tujuan seorang Humas yang dijelaskan oleh Yulianta (2012) Secara universal tujuan dengan adanya Public Relations yaitu (Yulianita,2012) :

- a. Menciptakan citra yang baik
- b. Memelihara citra yang baik
- c. Meningkatkan citra yang baik
- d. Memperbaiki citra jika citra organisasi menurun atau rusak

Selaras dengan yang dikatakan oleh Cutlip bahwa Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip et al., 2007).

Dalam sebuah instansi terdapat praktisi Humas didalamnya, baik dalam instansi pemerintah maupun non pemerintah. Perbedaan antara humas pemerintah dengan humas non pemerintah terdapat dalam unsure komersial, dalam humas pemerintah lebih menekankan unsure *public services* demi meningkatkan pelayanan umum meskipun terkadang dalam humas pemerintah melakukan hal serupa seperti kegiatan publikasi, promosi dan periklanan.

Tujuan dilakukannya praktik PR oleh berbagai prganisasi adalah untuk terciptanya saling pengertian antara belah pihak dan akhirnya tercipta citra positif serta dukungan publik terhadap keberadaan organisasi tersebut oleh Ardianto (2009)

Menurut Nilasari (2012) dalam bukunya Humas Pemerintah, secara garis besar tujuan Humas Pemerintah menyangkut tiga hal yaitu:

- (1) Reputasi dan citra: tugas humas tidak lepas dari reputasi dan citra: asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan tingginya akses

publik terhadap output dari organisasi tersebut.

- (2) Jembatan komunikasi: humas menjadi komunikator dan mediator dalam penyampaian aspirasi pemerintah.
- (3) Mutual benefit relationship: humas harus menjamin bahwa pemerintah berada dalam operasinya memiliki niat baik dalam mewujudkan tanggungjawab sosial dan diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan diantara pemerintah dan publik.

Secara garis besar Humas Pemerintah memiliki fungsi untuk mengelola informasi maupun pesan-pesan yang sesuai dengan tujuan dan kebijakan instansi atau lembaga kepada masyarakat khalayak sasaran dan seorang praktisi Humas wajib menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut untuk diserasikan demi kepentingan instansi maupun tujuan bersama.

Menurut Gruning (dalam Ruslan, 2014) menjelaskan mengenai konsep seorang praktisi humas dalam menjalankan tugasnya, terdapat empat model yang dijelaskan diantaranya adalah :

- a) Model agensi pers atau model propaganda

Pada tahap ini Humas melakukan propaganda melalui komunikasi searah untuk tujuan memberikan publisitas yang menguntungkan khususnya ketika berhadapan dengan media massa. Meskipun terkadang, pemberian informasinya tidak jujur atau mengandung kebohongan sebagai upaya memanipulasi hal negatif atas lembaga.

- b) Model informasi publik  
Humas bertindak sebagai *journalist in residence* artinya bertindak sebagai wartawan dalam menyebarluaskan informasi kepada

publik dan mengendalikan berita atau informasinya kepada media massa. Dalam model ini lebih baik dan mengandung lebih banyak kebenaran karena penyebarannya dilakukan melalui news letter, brosur dan surat langsung (*direct mail*).

c) Model asimetris dua arah (*two way asymmetrical model*)

Pihak PR melakukan penyampaian pesan berdasarkan pada hasil riset dan strategi ilmiah untuk berupaya membujuk publik agar mau bekerjasama, bersikap dan berpikir sesuai dengan harapan organisasi

d) Model simetris dua arah (*two way symmetrical model*)

Gruning (dalam Ruslan,2014) menjelaskan bahwa pada model ini Humas melakukan kegiatan berdasarkan pada penelitian dan menggunakan teknik komunikasi untuk mengelola konflik dan memperbaiki pemahaman publik secara strategik.

Pada model ini lebih bisa diterima dan dianggap lebih etis dalam hal penyampaian pesan, informasi, komunikasi yang dapat membujuk untuk membangun saling pengertian, pemahaman dan mempercayai kedua belah pihak.

Humas menjadi salah satu fungsi manajemen dalam sebuah instansi maupun perusahaan demi tercapainya tujuan yang telah direncanakan, sehingga dalam mencapai hal tersebut seorang praktisi Humas perlu memiliki beberapa strategi dalam menjalankan tugasnya, menurut Effendi (dalam Yuniarti,2010)

Strategi pada hakekatnya merupakan suatu bentuk perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk

mencapai tujuan. Pada hakikatnya strategi memiliki nilai penting karena berhasil atau tidaknya komunikasi yang dilakukan bergantung dari strategi komunikasi apa yang dijalankan

Strategi yang digunakan dalam tugas humas menjadi salah satu cara untuk memberikan kontribusi yang akan diberikan oleh Humas dalam jangka panjang. Kasali (dalam Soemirat dan Ardianto,2016) menyebutkan mengenai beberapa kontribusi jangka panjang yang akan dilakukan humas melalui langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar di dalam maupun diluar perusahaan. Bahan tersebut dapat diperoleh dari klipng media massa dalam kurun waktu tertentu dengan melakukan penelitian terhadap naskah-naskah pidato pimpinan, bahan yang dipublikasikan perusahaan dan melakukan wawancara tertentu dengan pihak yang berkepentingan
- b) Menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis. Perubahan umumnya disertai dengan perubahan sikap perusahaan terhadap publiknya atau sebaliknya
- c) Melakukan analisis swot (strengths/kekuatan, weakness/kelemahan, opportunities/ peluang dan threads/ancaman). Seorang praktisi PR perlu melakukan analisis yang berbobot mengenai persepsi dari luar dan dalam perusahaan atas swot yang dimilikinya. Misalnya menyangkut masa depan industry yang ditekuninya, citra perusahaan, kultur yang dimiliki serta potensi lain yang dimiliki perusahaan

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Humas adalah membangun relasi dengan beberapa media atau disebut juga dengan *media relations*.

Media relations menjadi fungsi khusus kampanye PR adalah mengikuti tahapan-tahapan dalam proses PR. Tidak hanya mempublikasikan kegiatan yang diselenggarakan satu organisasi melainkan bagaimana publikasi tersebut dapat menompang citra organisasi di mata publiknya. Sehingga, media relations merupakan suatu kegiatan terencana dengan perencanaan yang didasarkan oleh riset dan ditetapkan dengan tujuan tertentu. (Iriantara, 2008)

Media relations ini sarana komunikasi dalam menjangkau khalayak secara luas, seperti yang ditegaskan oleh Wardhani (2008:14) pentingnya menjalin hubungan dengan media dikarenakan media sebagai sarana komunikasi dengan publik yang dapat menjangkau khalayak luas dan tersebar agar isi pesan dapat disampaikan dengan baik kepada publik.

Tim media (Iriantara,2008) merupakan bagian dari divisi PR yang memiliki standar prosedur operasi atau prosedur tetap dalam menyampaikan informasi dari organisasi pada publiknya. Sehingga, tim media yang bertugas dan bertanggungjawab untuk menjalin relasi yang harmonis dengan media massa secara institusional ataupun secara individual dengan wartawan.

Media relations merupakan suatu hal yang dilakukan untuk membangun komunikasi dan relasi dengan publik organisasi maka prioritas membangun relasi itu dilakukan dengan media yang secara potensial terpaannya mengenai publik-publik organisasi (Iriantara,2008)

Manfaat dari media relations adalah sebagai berikut (Wardhani,2008)

1. Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa
2. Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip menghormati dan menghargai kejujuran serta kepercayaan
3. Penyampaian atau perolehan informasi akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan bagi publik

Selain menjadi sarana komunikasi untuk menjangkau khalayak luas, media relations ini menjadi strategi humas dengan media untuk memudahkan pekerjaannya. Sehingga dalam strategi humas dengan media ini terdapat beberapa prinsip dalam menjalankan relasinya seperti yang dijelaskan oleh Jefkins (dalam Soemirat dan Ardianto,2016) menjelaskan mengenai beberapa prinsip umum untuk membina hubungan pers yang baik, diantaranya adalah :

1. *By serving the media* yaitu memberikan pelayanan kepada media. Misalnya PR harus mampu menciptakan kerjasama dengan media dan seorang PR harus menciptakan suatu hubungan timbal balik
2. *By establishing a reputations for reliability* yaitu menegakan suatu reputasi agar dapat dipercaya. Misalnya menyiapkan bahan-bahan informasi akurat dimana dan kapan saja diminta
3. *By supplying good copy* yaitu memasok naskah informasi yang baik. misalnya, memberikan naskah yang baik, menarik perhatian, penggandaan foto/gambar, pembuatan teks/foto dengan baik. pengiriman news release yang baik sehingga hanya sedikit memerlukan penulisan ulang atau penyuntingan
4. *By cooperations in providing material* yaitu melakukan kerjasama yang baik

dalam menyediakan bahan informasi. Misalnya merancang wawancara pers dengan seseorang yang dibutuhkan pers ketika itu

5. *By providing verification facilities* yaitu menyediakan fasilitas yang memadai. Misalnya memberikan fasilitas yang dibutuhkan wartawan sewaktu menggali berita
6. *By building personal relationship with the media* yaitu membangun hubungan secara personal dengan media. Hal ini mendasari keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing

Iriantara (2008) menjelaskan mengenai tiga aspek dalam sebuah strategi media relations, diantaranya adalah :

- a) Mengelola relasi dengan media massa

Salah satu hal penting yang harus dilakukan oleh seorang Humas, karena melalui media itulah berita mengenai instansi akan dimuat selain itu mengelola relasi dengan media menjadi salah satu acuan keberhasilan seorang Humas dalam menjalankan tugasnya dengan memperhatikan seberapa banyak berita mengenai instansi yang dimuat dalam media. Selain menjalin relasi yang baik dengan media, menjalin relasi dengan wartawan tak kalah pentingnya. Karena, wartawanlah yang mencari sekaligus menuliskan berita yang didapat untuk dimuat dalam media.

Menurut Iriantara (2008) menyebutkan bahwa wartawan merupakan : Personifikasi dari sebuah institusi media massa, untuk memasok informasi yang akan disiarkan dalam media massa, meskipun keputusan penyiaran satu informasi ada pada tangan redaktur

- b) Mengembangkan Strategi

Dalam mengembangkan strategi terdapat beberapa hal yang harus

diperhatikan yaitu mengetahui kelemahan dan kekuatan yang sumber daya dalam organisasi dan memperhatikan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal organisasi. Selain itu, hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan strategi yaitu dimensi etis, karena dengan beretika inilah kita dapat melahirkan praktik yang bermartabat, menjalin relasi dan komunikasi demi kemaslahatan bersama (*mutual benefit*).

- c) Mengembangkan Jaringan

Jaringan atau *network* merupakan salah satu modal sosial bagi instansi untuk mengembangkan jaringan serta membentuk jaringan yang luas. Dalam media relations, tidak hanya menjalin relasi dengan media massa atau wartawan tetapi seorang Humas harus mampu menjalin relasi dengan narasumber sebagai sumber beritanya.

Iriantara (2008) menjelaskan bahwa untuk mengembangkan jaringan tersebut adalah dengan memasuki organisasi-organisasi profesi atau memiliki kontak dengan organisasi profesi.

Melalui organisasi profesi kita dapat mendapatkan banyak informasi, memperluas relasi atau memungkinkan untuk bertukar pengalaman. Organisasi profesi bukan hanya memperkaya jaringan tetapi juga memperluas gagasan, pandangan dan kekayaan batin sebagai seorang PR (Iriantara,2008)

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ditemukan bahwa:

#### **Humas Pemprov Jabar membangun Relasi dengan Media dalam Program Jabar Punya Informasi (JAPRI)**

Dalam melakukan kerjasama dengan media, Humas Pemprov Jabar yang dikelola oleh Tim Humas Pelayanan Media melakukan kerjasama

dengan Dewan Pers selaku lembaga independen yang memverifikasi organisasi kewartawanan media, sehingga melalui Dewan Pers inilah Humas Pemprov membangun relasi dengan beberapa media secara legal dan melalui Dewan Pers tersebut menjadi salah satu upaya Humas Pemprov Jabar untuk menghindari wartawan-wartawan palsu/ *bodong*.

Wartawan yang tergabung sebagai wartawan provinsi akan membentuk sebuah *group whatsapp* untuk menjadi sarana wartawan provinsi tersebut melakukan koordinasi mengenai kegiatan peliputan berita Pemprov Jabar, *group* tersebut dinamakan Pokja (Kelompok Kerja) sehingga melalui *group* tersebut para wartawan provinsi akan mendapatkan berbagai informasi kegiatan peliputan berita, salah satunya mengenai informasi peliputan program JAPRI.

Selain membangun relasi melalui JAPRI, Humas Pemprov Jabar memiliki program lain yang berkaitan dengan membangun relasi dengan media diantaranya adalah *media gathering*, *tour media* dan terdapat pula Forum Pimpinan Redaksi (Forum Pimred). Melalui relasi yang telah diciptakan oleh keduanya, Humas Pemprov Jabar mempertahankan relasi dengan media melalui kegiatan formal dan informal, dalam kegiatan formal Humas Pemprov Jabar akan mengundang para media melalui undangan resmi yang akan disebar dan sedangkan kegiatan informal dilakukan diluar kegiatan peliputan yang dilakukan untuk menciptakan kedekatan secara emosional antara Tim Humas Pemprov dengan para wartawan media.

### **Pelayanan yang diberikan Humas Pemprov kepada wartawan media dalam program Jabar Punya Informasi (JAPRI)**

Dalam program JAPRI ini, wartawan menjadi salah satu hal terpenting didalamnya sehingga Humas Pemprov harus mampu memberikan pelayanan yang baik dan maksimal yang diperlukan oleh wartawan media dalam program JAPRI ini. Pelayanan yang diberikan oleh Humas Pemprov kepada wartawan dalam program JAPRI ini berupa fasilitas yang diterima saat pra

pelaksanaan acara hingga pasca pelaksanaan acara.

Fasilitas yang disediakan oleh tim Humas Pelayanan Media sebelum pelaksanaan acara berupa tema yang sudah dipersiapkan oleh tim Humas sehingga wartawan tidak lagi berdiskusi memikirkan mengenai tema JAPRI pada hari itu dan wartawan sudah mendapatkan undangan resmi yang disebar oleh tim humas pelayanan media melalui *group whatsapp* POKJA.

Sedangkan fasilitas yang disediakan oleh tim Humas Pelayanan Media saat pelaksanaan acara adalah memberikan para wartawan media berupa waktu dan tempat yang sudah disediakan, narasumber, absensi, *snack* dan menyediakan fasilitas *door stop* atau wawancara langsung bagi beberapa wartawan media yang membutuhkan.

Lalu, fasilitas yang disediakan oleh Humas Pemprov Jabar kepada wartawan media setelah pelaksanaan program JAPRI ini berupa adanya notulensi jika wartawan membutuhkan, rilis dan memberikan makan siang di penutup acara kepada para wartawan.

Meskipun tim humas pelayanan media sudah memberikan banyak fasilitas kepada para wartawan media dalam program JAPRI ini dengan cukup baik dan maksimal. Masih terdapat beberapa fasilitas yang dirasa kurang dan perlu adanya pembaharuan seperti fasilitas jaringan komunikasi dan pemberian rilis JAPRI yang dirasa terlalu lama diterima oleh para wartawan media.

### **Kerjasama antara Humas Pemprov Jabar dengan Wartawan Media dalam Program Jabar Punya Informasi (JAPRI)**

Kerjasama yang dilakukan antara Humas Pemprov Jabar dengan wartawan media dalam program JAPRI ini dilakukan saat pelaksanaan program JAPRI, kerjasama yang terjalin antara tim humas pelayanan media dengan wartawan media saat pelaksanaan *door stop* sering ditemukan adanya narasumber yang memiliki keterbatasan waktu untuk di wawacarai secara langsung sehingga dalam hal ini tim Humas akan membantu para wartawan dengan cara *melobby* narasumber tersebut untuk bisa memberikan

tambahan waktu kepada wartawan yang masih membutuhkan informasi melalui narasumber tersebut.

Selain itu, tim humas pelayanan media bekerjasama dengan wartawan media dalam hal penerbitan berita. Setelah acara JAPRI sudah usai dilaksanakan tim humas pelayanan media akan diberikan surat terbit berita atau *link* pemberitaan yang telah dibuat dan dimuat oleh wartawan di media perihal berita yang sudah disampaikan dalam program JAPRI. sehingga, setelah tim humas pelayanan media mendapatkan surat penerbitan berita atau *link* pemberitaan, wartawan media akan mendapatkan bukti surat pertanggungjawaban yang telah disediakan oleh Humas Pemprov Jabar.

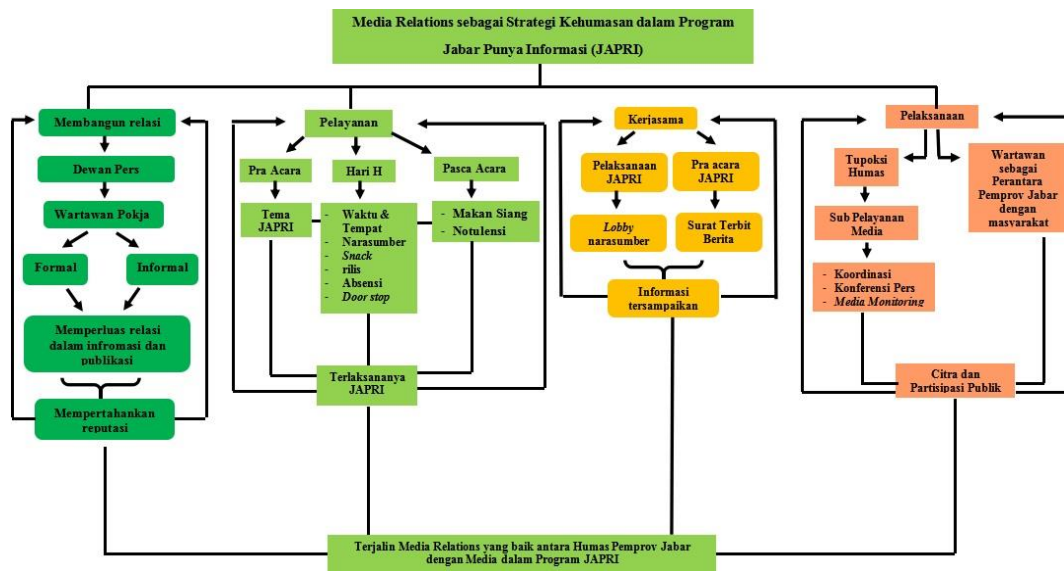
**Mengapa Humas Pemprov Jabar menggunakan Media Relations dalam Program Jabar Punya Informasi (JAPRI)**

Humas menjadi corong informasi dan publikasi bagi masyarakatnya. Sehingga, sesuai hal tersebut Humas Pemprov memiliki program yang dibuat dengan tujuan untuk bisa memberikan informasi khususnya kepada masyarakat jawa

barat yang sudah sesuai kebenarannya. Program yang tersebut dinamakan Jabar Punya Informasi (JAPRI) program ini merupakan konferensi pers yang dibentuk secara *event* yang diadakan secara rutin tiap minggunya.

Melalui program JAPRI ini Humas Pemprov memiliki harapan untuk bisa meningkatkan partisipasi publik melalui informasi yang disampaikan dan dukungan terhadap program-program yang dimiliki oleh Pemprov Jabar saat ini. Sehingga, dalam hal ini peran media akan sangat berarti sebagai perantara atau penyambung informasi antara pihak pemprov dengan masyarakatnya

Selain menjadi perantara dalam menyampaikan informasi melalui media relations yang dilakukan dalam program JAPRI ini, Humas Pemprov ingin membangun citra di dalam benak masyarakat mengenai kedekatan yang ada diantara pejabat pemerintah provinsi Jawa Barat dengan para awak media dan adanya pemenuhan kebutuhan wartawan media yang dilakukan oleh Pemprov Jabar untuk wartawan media.



**Gambar 1.1** Model Media Relations dalam Program JAPRI



#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan media relations sebagai strategi kehumasan dalam program Jabar Punya Informasi (JAPRI), Peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dalam membangun relasi dengan media massa, Humas Pemprov melakukan kerjasama dengan Dewan Pers yang membawahi beberapa organisasi kewartawanan dan media massa secara legal. Hal tersebut dilakukan oleh Humas Pemprov Jabar untuk mengantisipasi adanya wartawan bodong dalam kegiatan JAPRI. selain program JAPRI yang menjadi program rutin Humas Pemprov Jabar dalam melakukan relasi terdapat pula beberapa kegiatan lain seperti media gathering, media tour, Forum Pimpinan Redaksi
- 2) Pelayanan yang diberikan oleh Humas Pemprov Jabar kepada wartawan media dalam program JAPRI ini berupa fasilitas yang disediakan sebelum pelaksanaan JAPRI berupa tema bahasan JAPRI setelah itu dalam pelaksanaannya Tim Humas Pelayanan Media sudah mempersiapkan waktu dan tempat pelaksanaan, narasumber JAPRI, snack, hiburan, fasilitas door stop jika dibutuhkan dan pada saat pelaksanaan JAPRI usai tim Humas Pelayanan Media menyiapkan makan siang dan notulensi JAPRI
- 3) Selain pelayanan, kerjasama yang dilakukan antara Humas Pelayanan Media dengan wartawan media provinsi dalam program JAPRI berupa pelaksanaan door stop jika diperlukan, dalam hal ini tim humas pelayanan media

bekerjasama dengan wartawan yang ada dalam pelaksanaan JAPRI untuk kecukupan informasi yang dibutuhkan wartawan sebagai salah satu bentuk pelayanan yang dilakukan tim humas pelayanan media. Terdapat pula kerjasama Humas Pelayanan Media dengan wartawan media provinsi dalam memberikan surat penerbitan berita untuk mengambil surat pertanggungjawaban bagi wartawan

- 4) Penerapan aktifitas media relations dalam program JAPRI ini menjadi salah satu tugas pokok dan fungsi Humas Pemprov Jabar dalam melakukan kemitraan dengan media massa serta menginformasikan kegiatan atau informasi mengenai Pemprov Jabar. Melalui program JAPRI ini Humas Pemprov ingin menumbuhkan rasa partisipasi kepada masyarakat dalam kegiatan maupun program yang dimiliki oleh Pemprov Jabar saat ini dan sebagai salah satu upaya pembentukan citra Pemprov Jabar dalam keterbukaan informasi dan kedekatan pejabat pemprov dengan wartawan media massa.

#### E. Saran

##### Saran Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti menarakan agar peneliti selanjutnya lebih menggali lagi mengenai konsep – konsep media relations maupun teori media relations lainnya yang terdapat dalam sebuah instansi agar hasil penelitian mengenai media relations ini lebih bervariasi dari penelitian sebelum-sebelumnya. Selain itu peneliti berharap agar

peneliti selanjutnya bisa meneliti program-program media relations selain konferensi pers untuk menjadi pelengkap dari penelitian mengenai media relations.

### Saran Praktis

1. Aktifitas media relations yang dilakukan oleh Tim Humas Pelayanan Media ini sudah cukup baik dalam memberikan pelayanan serta fasilitasnya kepada wartawan media provinsi dalam program JAPRI. Namun alangkah lebih baiknya, untuk tim humas pelayanan media melakukan koordinasi yang baik antara tim humas pelayanan media dengan wartawan media provinsi sebelum pelaksanaan JAPRI
2. Meskipun fasilitas dan pelayanan yang diberikan humas pelayanan media kepada wartawan media provinsi sudah baik dan maksimal. Namun alangkah lebih baiknya, tim humas Pemprov Jabar melakukan pembaharuan terhadap beberapa alat pendukung yang terdapat dalam pelaksanaan program JAPRI agar tidak menghambat dalam memproses berita.

### Daftar Pustaka

Buku:

- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations: Pendekatan Praktis untuk Menjadi Komunikator, Orator, Presenter dan Juru Kampanya Handal*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Cangara, Hafied. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi. Cetakan ke-15. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, Scott M., A.H. Center, dan G.M Broom. 2007. *Effective Public Relations*. Edisi ke-9. Cetakan

ke-2. Penerjemah: Tri Wibowo. Jakarta: Kencana.

- Iriantara, Yosol. 2008. *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Cetakan ke-2. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nilla sari, Betty Wahyu. 2012. *Humas pemerintah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Cetakan ke-12*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2011. *Management Public Relations & Media. Edisi ke-11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro. 2016. *Dasar-Dasar Public Relations. Cetakan ke-10*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Diah, Wardhani. 2008. *Media Relations : Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yulianita, Neni. 2012. *Dasar - Dasar Public Relations*. Bandung: LPPM UNISBA.
- Internet:  
 “Humas Jabar Resmi Luncurkan Program Japri”  
<http://www.prfmnews.com/berita.php?detail=humas-jabar-resmi-luncurkan-program-japri>.  
 Tanggal Akses 1 Juli 2019, Pukul 01.40 WIB
- “Profil Humas Pemprov Jabar”  
<http://humas.jabarprov.go.id/>  
 Tanggal Akses 2 Juli 2019, Pukul 22.49 WIB