

## **Makna Media Relations Bagi PR Officer** The Significations of Media Relations For PR Officer

<sup>1</sup>Novita Permatasari, <sup>2</sup>Tresna Wiwitan

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

email: <sup>1</sup>novivitapermata@yahoo.com, <sup>2</sup>tresnawiwitan@yahoo.com

**Abstract.** This research is based on the phenomenons of openness information era nowadays that marked with the rapid of the role of media, one of them is mass media starting from newsprint, electronic or even online. Profession of PR and media relations have a strong attachment, hence the existence of PR become important in company and institutions. PR in every company or institutions certainly has his own different experiences and knowledge and has his own different special things in how to do and handling the media relations activity. It makes every individual handling the activity of media relations in the different way. Therefore, the researcher interested to do a research about what the aims of media relations for PR profession in Purwakarta District Government Public Relations as the Government Public Relations, Universitas Islam Bandung Public Relations as Public Relations of Educational Institutions and Biofarma Public Relations as State Companies Public Relations. The aims of this research is to know and to analyze the signification of media for PR profession, to know and analyze the practitioners motives in executing media relations, and to know and analyze the experiences of PR profession in executing media relations. This research is a qualitative research with phenomenology approach. Phenomenology tries to find an understanding of how people construct the aim and the important concept in the frame of intersubektivitas, based on social act in experiences, aims, and awareness. Theory used is Phenomenological Theory (Alfred Schuzt) and the Theory of Social Contruction (Berger & Luckmann). The result of the reseach says that the signification of media relation for PR profession devided into four type there are media relations as facilities for dissemination information, media relations as investment, media relations as the facilities to establish the relationship, and media relations as forming image. Motives that encourage every public relation devided into two motives, there are "because" motive and "in order to" motive, and the experience that expressed in this research shows the supporting factors and resistor factors in executing media relations activity and the love and grief that every informan feels.

**Keywords:** *Public Relations, Media Relations.*

**Abstrak.** Penelitian ini didasari atas fenomena era keterbukaan informasi yang ditandai dengan berkembang pesatnya peran media salah satunya adalah media massa dari mulai media cetak, elektronik maupun *online*. Profesi PR dan *Media realtions* memiliki keterikatan yang kuat, oleh karena itu PR menjadi hal yang penting pada sebuah perusahaan maupun lembaga. PR pada setiap perusahaan maupun lembaga memiliki pengalaman, pengetahuan dan ke khas-an yang berbeda-beda dalam menjalankan serta memaknai kegiatan *media relations*. Hal ini membuat setiap individu memaknai kegiatan *media relations* secara berbeda. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana makna *media relations* bagi profesi PR yaitu pada Humas Pemerintah Kabupaten Purwakarta sebagai Humas Pemerintah, Humas Universitas Islam Bandung sebagai Humas Lembaga Pendidikan dan Humas Biofarma sebagai Humas BUMN. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis makna *media relations* bagi profesi PR, untuk mengetahui dan menganalisis motif praktisi PR dalam melaksanakan *media relations*, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengalaman profesi PR dalam melaksanakan *media relations*. Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Teori yang digunakan adalah Teori Fenomenologi (Alfred Schuzt) dan Teori Konstruksi Sosial (Berger&Luckmann). Hasil dari penelitian bahwa makna *media relations* bagi Profesi PR dibagi menjadi empat jenis yaitu *media relations* sebagai sarana penyebaran informasi, *media relations* sebagai sarana investasi, *media relations* sebagai sarana menjalin relasi, dan *media relations* sebagai pembentuk citra. Motif yang mendorong setiap Humas terbagi menjadi dua motif, yaitu motif "Karena" (*because motives*) dan motif "Untuk" (*In Order to Motives*), dan pengalaman yang diungkapkan menggambarkan faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan kegiatan *media relations* serta pengalaman suka dan duka yang dirasakan oleh setiap informan.

**Kata Kunci:** *Public Relations, Media Relations.*

## A. Pendahuluan

Keberadaan *Public Relations* pada setiap perusahaan maupun lembaga merupakan suatu upaya untuk mewujudkan keterbukaan informasi kepada publik. Media dan *Public Relations* pada dasarnya saling membutuhkan dan berhubungan. Bagi semua PR pada setiap perusahaan, lembaga maupun institusi tentunya memiliki pengalaman dan pengetahuan yang berbeda serta mempunyai ke khas-an yang berbeda dalam menjalankan serta memaknai kegiatan *media relations*. Hal ini membuat setiap individu dapat memaknai kegiatan *media relations* secara berbeda. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana makna *media relations* bagi profesi PR yaitu pada Humas Pemerintah Kabupaten Purwakarta sebagai Humas Pemerintah, Humas Universitas Islam Bandung sebagai Humas Lembaga Pendidikan dan Humas Biofarma sebagai Humas BUMN.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Makna *Media Relations* bagi Profesi PR?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis makna *media relations* bagi PR *officer*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis motif PR *officer* dalam melaksanakan *media relations*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengalaman PR *officer* dalam melaksanakan *media relations*.

## B. Landasan Teori

### Teori Fenomenologi

Bagi Schuzt dan pemahaman kaum fenomenologi, tugas utama analisis fenomenologi adalah mengkonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan mereka melakukann interaksi atau komunikasi (Kuswarno, 2009:110). Schuzt juga menyatakan bahwa setiap individu berinteraksi dengan dunia menggunakan ‘bekal pengetahuan’ yang terdiri atas konstruk-konstruk dan kategori-kategori ‘umum’ yang pada dasarnya bersifat sosial. Citra, teori, gagasan, nilai, dan sikap tersebut diterapkan pada berbagai aspek pengalaman sehingga menjadikan bermakna. Bekal pengetahuan adalah satu-satunya sumber yang memungkinkan setiap individu untuk menginterpretasi pengalaman, memahami maksud dan motivasi individu lain, memperoleh pengalaman intersubjektif, dan pada akhirnya mengupayakan tindakan (Denzin dan Lincoln, 2009:336).

### Teori Konstruksi Sosial

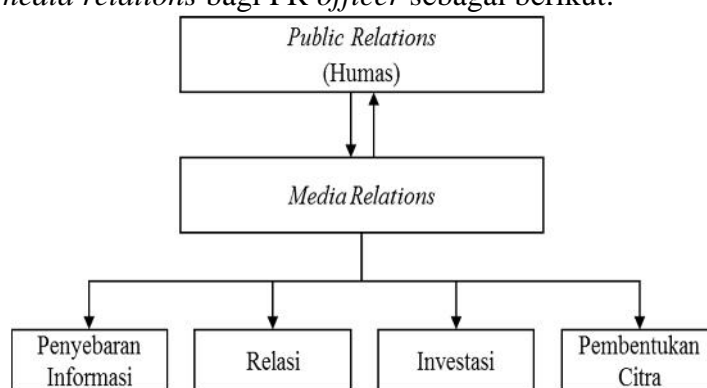
Berger dan Luckman (Bungin, 2008:14-15) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman ‘kenyataan dan pengetahuan’. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. Berger dan Luckman mengatakan terjadi dialektika antara indivdu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui *eksternalisasi*, *objektivasi*, dan *internalisasi*. Proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahapan; Berger menyebutnya sebagai momen yaitu *eksternalisasi*, *objektivasi*, dan *Internalisasi*.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 1. Makna Media bagi PR Officer

Humas Pemerintah Kabupaten Purwakarta	Humas Universitas Islam Bandung	Humas Biofarma
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jembatan bagi perusahaan untuk menyebarkan informasi</li> <li>- Hubungan berkelanjutan tidak hanya sebatas hubungan pekerjaan.</li> <li>- Investasi di masa depan.</li> <li>- Upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan citra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- menjembatani lembaga dan publik untuk menyebarkan informasi.</li> <li>- menjalin hubungan secara personal</li> <li>- sebagai modal lembaga untuk kedepannya.</li> <li>- Dapat berdampak pada pembentukan citra positif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suatu usaha untuk publikasi.</li> <li>- Untuk mendapatkan pengertian publik.</li> <li>- Berhubungan secara cair/<i>non formal</i></li> <li>- Menjalinkan hubungan secara terus menerus, berkepanjangan baik dalam pekerjaan maupun diluar pekerjaan</li> </ul>

Dari tabel hasil penelitian mengenai makna *media relations* maka terbentuklah tipikasi makna *media relations* bagi PR officer sebagai berikut:



Tipikasi Makna Media relations

Sumber : Hasil Penelitian

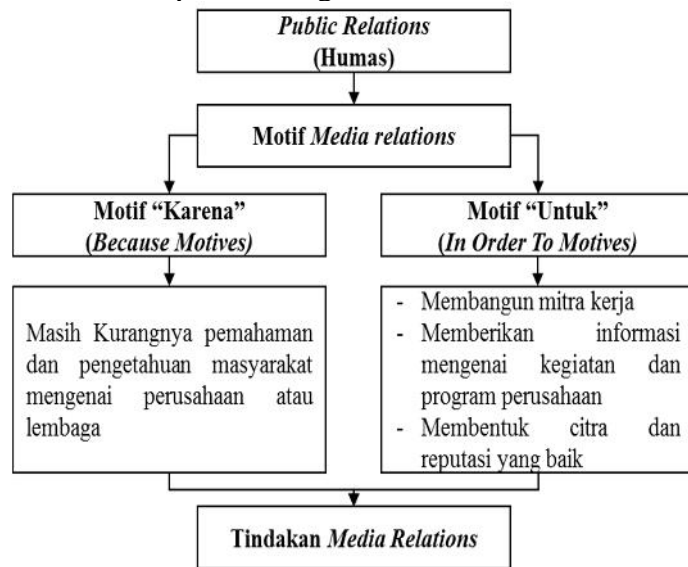
#### 2. Motif PR Officer dalam Melaksanakan Kegiatan Media Relations

Adanya motif yang membuat praktisi PR selalu mengingat tujuannya dalam melakukann kegiatan *media relations*. mengacu pada apa yang dikatakan oleh Schuzt mengenai motif, maka motif PR dalam melaksanakan kegiatan *media relations* dibagi menjadi dua yaitu motif karena dan motif untuk.

Humas Pemerintah Kabupaten Purwakarta	Humas Universitas Islam Bandung	Humas Biofarma
<p>Hal yang mendorong :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan informasi kepada publik mengenai kota Purwakarta, karena masih banyak yang tidak mengetahui kota Purwakarta. Serta untuk mendapatkan dukungan dari publik.</li> </ul>	<p>Hal yang mendorong :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan informasi kepada publik mengenai kampus, serta lebih memperkenalkan jurusan yang ada secara keseluruhan. Karena kurangnya pengetahuan publik mengenai jurusan-jurusan menyeluruh yang ada di Unisba dan untuk memikat publik.</li> </ul>	<p>Hal yang mendorong :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan pengetahuan kepada Masyarakat mengenai Biofarma, karena masih kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai perusahaan secara menyeluruh.</li> </ul>

<p>Untuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sarana publikasi.</li> <li>- Menjadikan media sebagai <i>partner</i></li> <li>- Mendapatkan dukungan masyarakat.</li> <li>- Meningkatkan citra.</li> </ul>	<p>Untuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memikat publik untuk meningkatkan calon pendaftar.</li> <li>- Publikasi mengenai kegiatan dan informasi terbaru.</li> <li>- Mitra kerja</li> <li>- Menjadikan nama kampus harum.</li> </ul>	<p>Untuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publikasi mengenai informasi dan kegiatan yang ada di Biofarma.</li> <li>- Meminimalisir isu</li> <li>- Membentuk citra baik.</li> </ul>
--	---	--

Dari tabel hasil penelitian mengenai motif PR *Officer* melaksanakan *media relations* maka terbentuklah tipikasi sebagai berikut:



Tipikasi Motif PR *Officer* dalam Melaksanakan Kegiatan *Media Relations*

Sumber : Hasil Penelitian

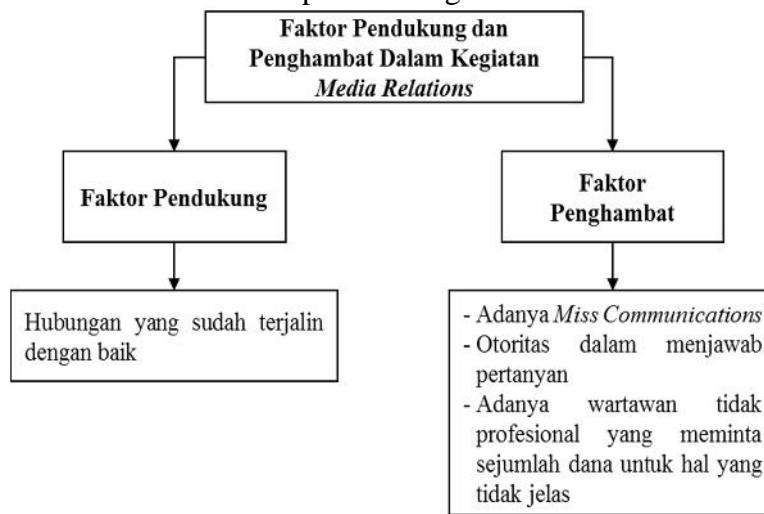
### 3. Pengalaman PR *Officer* dalam Melaksanakan Kegiatan *Media Relations*

Dari hasil penelitian mengenai pengalaman PR didapatkan dua hal yaitu faktor pendukung dan penghambat serta pengalaman suka dan duka.

Humas Pemerintah Kabupaten Purwakarta	Humas Universitas Islam Bandung	Humas Biofarma
<p>Faktor pendukung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hubungan baik yang sudah terjalin yang memudahkan pekerjaan.</li> <li>- Besarnya anggaran.</li> </ul> <p>Faktor penghambat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seringnya terjadi <i>miss communications</i> yang membuat pemberitaan dapat berdampak negatif.</li> <li>- Adanya wartawan tidak profesional.</li> </ul>	<p>Faktor pendukung :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kedekatan yang sudah terjalin secara personal memudahkan pekerjaan humas.</li> </ul> <p>Faktor penghambat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya wartawan yang tidak profesional.</li> </ul>	<p>Faktor pendukung :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hubungan yang sudah terjalin dengan baik selama bekerja sama.</li> </ul> <p>Faktor penghambat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Otoritas menjawab terkadang menjadi kendala.</li> <li>- Sikap wartawan yang tidak profesional.</li> </ul>

Pengalaman suka : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertambahnya relasi, teman, dan saudara.</li> <li>- Menambah wawasan mengenai berita diluar perusahaan.</li> </ul> Pengalaman duka : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Harus siap bekerja diluar jam kerja.</li> <li>- Adanya wartawan yang meminta dana.</li> </ul>	Pengalaman suka : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertambahnya teman dan saudara.</li> <li>- Menambah pengetahuan mengenai pemberitaan secara <i>up to date</i>.</li> </ul> Pengalaman duka : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sering terdapatnya isu negatif mengenai kampus, atau mengatasnamakan kampus.</li> </ul>	Pengalaman suka : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menambah ilmu, wawasan, dan informasi di luar masalah pekerjaan..</li> <li>- Jadi banyak teman.</li> </ul> Pengalaman duka : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bekerja 24 jam.</li> <li>- Adanya wartawan yang mengancam meminta sejumlah dana untuk hal yang tidak jelas.</li> </ul>
--	---	---

Dari tabel hasil penelitian mengenai pengalaman PR *Officer* melaksanakan *media relations* maka terbentuklah tipikasi sebagai berikut:



Tipikasi Faktor Pendukung dan Penghambat serta Pengalaman Suka dan Duka PR *Officer* dalam Melaksanakan Kegiatan *Media Relations*

Sumber : Hasil Penelitian

## Hasil Penelitian

### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh simpulan dari pembahasan berdasarkan pertanyaan penelitian yang menjadi fokus penelitian, antara lain:

1. Makna *media relations* bagi Humas pada Lembaga Pemerintahan, Lembaga Pendidikan, dan BUMN berdasarkan pernyataan mereka dapat disimpulkan bahwa makna *media relations* bagi Profesi PR dibagi menjadi empat jenis yaitu *media relations* sebagai sarana penyebaran informasi, *media relations* sebagai sarana investasi, *media relations* sebagai sarana menjalin relasi, dan *media relations* sebagai pembentuk citra
2. Motif yang mendorong setiap Humas terbagi menjadi dua motif, yaitu motif “Karena” (*because motives*) dan motif “Untuk” (*In Order to Motives*). Motif karena yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah masih Kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai perusahaan atau lembaga. Sedangkan motif untuk yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah untuk membangun mitra kerja, untuk memberikan informasi mengenai kegiatan dan program perusahaan, dan untuk membentuk citra dan reputasi yang baik.
3. Pengalaman Praktisi PR selama melaksanakan kegiatan *media relations* sangat banyak hal yang seragam dan beragam. Pengalaman yang diungkapkan dalam penelitian ini menggambarkan faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan kegiatan *media relations* serta pengalaman suka dan duka yang dirasakan oleh setiap informan. Faktor pendukung dalam melaksanakan kegiatan *media relations* adalah Hubungan yang sudah terjalin dengan baik. Sedangkan faktor penghambat dalam melaksanakan kegiatan *media relations* adalah Adanya *Miss Communications*, Otoritas dalam menjawab pertanyaan, dan Adanya wartawan tidak profesional yang meminta sejumlah dana untuk hal yang tidak jelas. Pengalaman suka yang dialami oleh para informan dapat disimpulkan sebagai berikut: bertambahnya teman, bertambahnya pengetahuan serta wawasan, dan *net working*. Sedangkan pengalaman duka yang dialami adalah Bekerja 24 jam, Wartawan meminta imbalan, dan adanya isu negatif.

## E. Saran

### Saran Teoritis

Menilik dari hasil penelitian yang ditulis peneliti menggunakan beberapa teori disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat lebih menggali mengenai teori-teori yang berkaitan dengan fenomenologi dan konstruksi sosial. Metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi fenomenologi. Oleh karena itu bagi yang hendak melakukan penelitian menggunakan objek penelitian yang sama, diharapkan juga untuk menggunakan metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang berbeda. Selain itu diharapkan juga bagi yang hendak melakukan penelitian mengenai makna, diharapkan dapat melakukan kajiannya dari permasalahan dan sudut pandang yang berbeda.

### Saran Praktis

1. Makna yang telah diungkapkan oleh setiap informan mengenai *media relations* sudah mencangkupi serta menggambarkan dan sebaiknya dapat menjadi acuan dalam melaksanakan kegiatan *media relations* pada setiap perusahaan atau lembaga. Munculnya makna pembentukan citra dan investasi menggambarkan kegiatan *media relations* memiliki tujuan dalam jangka panjang
2. Melihat bahwa motif yang terungkap sebagian besar bahkan hampir seluruhnya adalah motif yang sangat baik dan positif, ada baiknya jika hal ini dapat lebih dioptimalkan. Diharapkan wawasan dari setiap praktisi PR dapat terus semakin bertambah dan dapat menjadi pendorong untuk mencapai tujuan yang diinginkan pada saat melakukann kegiatan *media relation*.
3. Adanya pengalaman positif yang berupa faktor pendukung dan perasaan suka yang dialami oleh informan pada saat melaksanakan kegiatan *media relations* hendaknya dijadikan pendorong untuk menjadikan selalu berbuat yang terbaik. Sedangkan pengalaman yang kurang menyenangkan yaitu faktor penghambat dan hal duka yang dirasakan dan dialami oleh para informan hendaknya tidak dijadikan penghalang ataupun beban dan sebaiknya jika dipandang sebagai suatu peluang untuk berbuat yang lebih baik.

### Daftar Pustaka

- Beger, Peter L & Luckman. 1990. Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan. Jakarta: LP3ES
- Kuswarno, Engkus. 2009. Metodologi Penelitian Komunikasi: Fenomenologi. Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya. Bandung: widya Padjajaran.