

## **Kegiatan *Media Relations* di Dinas Agama Provinsi Jawa Barat sebagai Sarana Penyampaian Informasi kepada Masyarakat**

Media Relations Activities at West Java Ministry of Religion as Information Delivery to Society

<sup>1</sup>Ghina Gerizkyna, <sup>2</sup>Maman Chatamallah

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116  
email: <sup>1</sup>gerizkyna@gmail.com*

**Abstract.** Public Relations Department in governmental institution on West Java were established to issue government policies towards general public. Governmental institution has a broad range of public observer. One of them is mass media that used by Public Relations as a way to communicate information regarding governmental issues, Public Relations is also liable to maintain goodwill with mass media. Public Relations use media relation strategy as a method to maintain goodwill with mass media. This research entitled "Kegiatan *Media Relations* di Dinas Agama Provinsi Jawa Barat sebagai Sarana Penyampaian Informasi Kepada Masyarakat" The purpose of this study is to identify how media relations activity that have been done by Regional Office of West Java Ministry of Religion as a method to deliver information towards general public. This research use descriptive method to describe and explain the researched phenomenon without proposing any hypothesis. At the same time, interviews, documentation, observations, documentations, and study of literature are carried out to support this research. The Informant is a Public Relations in that government and journalist at *Pikiran Rakyat*. Media relations activity on Regional Office of West Java Ministry of Religion such as (1) How activity Press Release (2) How activity Press Interview (3) How activity Press Conference (4) How Press Room provision (5) How activity Press Tour, and (6) How activity Press Reception had been properly held even though there's several minor problem which could be managed by Public Relations Department. Yet, this research conducted in expectation to improve media relations activity with more capability and innovation to handle the problems that occurred.

**Keywords:** Media Relations Activity, Religion Government, A Method To Deliver Information.

**Abstrak.** Biro Humas dalam suatu instansi pemerintahan Provinsi Jawa Barat dibentuk bertujuan untuk mempublikasikan kebijakan pemerintah. Instansi pemerintah memiliki publik yang begitu luas. Salah satunya adalah media, yang digunakan Humas untuk menyampaikan informasi suatu kegiatan, Humas juga dituntut untuk selalu menjaga dan membina hubungan baik dengan media. Humas atau sekarang disebut dengan *Public Relations* menggunakan strategi atau kegiatan *media relations* sebagai sebuah taktik dalam menciptakan serta membina hubungan baik dengan media. Penelitian ini berjudul "Kegiatan *Media Relations* di Dinas Agama Provinsi Jawa Barat sebagai Sarana Penyampaian Informasi kepada Masyarakat" Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat sebagai sarana penyampaian informasi ke masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang diteliti tanpa melakukan hipotesis. Sedangkan data untuk menunjang penelitian ini diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, observasi dan studi kepustakaan. Informan yang menjadi narasumber adalah Humas di kantor tersebut, wartawan *Pikiran Rakyat*. Kegiatan *media relations* di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat di antaranya adalah (1) Bagaimana penulisan *Press Release* (2) Bagaimana kegiatan *Press Interview* (3) Bagaimana kegiatan *Press Conference* (4) Bagaimana penyediaan *Press Room* (5) Bagaimana kegiatan *Press Tour* dan (6) Bagaimana kegiatan *Press Reception*, telah terlaksana dengan baik meskipun terdapat beberapa kendala-kendala kecil yang masih dapat diatasi oleh Humas. Namun diharapkan dengan adanya penelitian ini akan didapat berbagai kegiatan *media relations* lain yang lebih menunjang dan berinovasi untuk meminimalisir kendala-kendala yang pernah terjadi.

**Kata Kunci:** Kegiatan *Media Relations*, Dinas Agama, Sarana Informasi.

## A. Pendahuluan

Media merupakan sarana penyampaian informasi yang digunakan dari zaman dulu hingga sekarang, baik itu dalam hal memberikan atau menerima sebuah informasi. Dalam hal ini media sangat berpengaruh, media bisa saja memberikan sebuah citra yang positif maupun yang negatif. Banyak perusahaan atau suatu organisasi yang menggunakan media sebagai taktik dalam suatu tujuan perusahaan atau organisasi tersebut. Media relations adalah aktivitas komunikasi Public Relations/Humas untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (Wardhani, 2008:9).

Beberapa kegiatan Media Relations yang dilaksanakan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat ini di antaranya adalah Press Realese, Press Inerview, Press Conference, Press Room, Press Tour dan Press Reception. Oleh karena itu, ketika hubungan yang terjalin antara perusahaan atau lembaga dan media berjalan dengan baik, maka yang diharapkan adalah sikap dari media itu sendiri atau wartawan akan positif, sehingga secara langsung akan terjalin sebuah kerjasama yang sangat baik bagi kedua belah pihak. Penulis menemukan sebuah kenjanggalan dimana masyarakat atau khalayak luas masih harus mendatangi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat untuk mendapatkan sebuah informasi yang dibutuhkan. Dari uraian latar belakang masalah ini, penulis tertarik untuk menjadikannya sebuah penelitian yang berjudul “Kegiatan Media Relations di Dinas Agama Provinsi Jawa Barat sebagai Sarana Penyampaian Informasi kepada Masyarakat.”

Dengan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penulisan Press Realese di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu kegiatan penyampaian informasi kepada masyarakat?
2. Bagaimana pelaksanaan kegiatan Press Interview di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu kegiatan penyampaian informasi kepada masyarakat?
3. Bagaimana pelaksanaan kegiatan Press Conference di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu kegiatan penyampaian informasi kepada masyarakat?
4. Bagaimana penyediaan Press Room di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu kegiatan penyampaian informasi kepada masyarakat?
5. Bagaimana pelaksanaan kegiatan Press Tour di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu kegiatan penyampaian informasi kepada masyarakat?
6. Bagaimana pelaksanaan kegiatan Press Reception di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu kegiatan penyampaian informasi kepada masyarakat?

## B. Landasan Teori

*Media Relations* yaitu kegiatan *Public Relations* dalam rangka mengatur dan membina hubungan baik dengan pihak pers. “Prinsipnya media adalah membina hubungan baik dengan orang-orang pers di samping membina juga seorang PRO harus mengatur dan mengembangkan hubungan baik dengan pers tersebut” (Yulianita, 2012:76).

Sebab mereka mempunyai peranan penting dalam kemajuan dan perkembangan

perusahaan/instansi yang menyangkut pemberitaan baik negatif atau positif, jadi media merupakan kunci kesuksesan dari kegiatan *Public Relations* suatu perusahaan.

Ada beberapa *policy* dalam menggunakan media:

1. Keperluan untuk pemberitaan atau siaran tentang perusahaan melalui ***Press Realese***

Dalam hal ini kita harus menyangkutkan kepeingan umum sebab persyaratan *press release* harus menyangkut kepentingan publikasi perusahaan adalah dengan tidak dikaitkan dengan periklanan, oleh karena itu harus memenuhi nilai berita (*news value*).

2. Memberi petunjuk-petunjuk untuk ***Press Interview***

Seorang PRO yang baik harus dapat mengatur *interview* baik ke dalam organisasi, khususnya para pejabat dan keluar organisasi, khususnya para wartawan. Dengan demikian ada kerjasama antara PRO, para pejabat, maupun dengan wartawan. Menunjuk para pejabat atau salah seorang pejabat dari perusahaan kita yang harus diinterview wartawan, sebab ada kalanya personil dari perusahaan kita yang ingin diekspos. Dalam hal ini sebenarnya para wartawan sudah mengetahui nilai “*who*” nya atau siapa-siapa yang akan ditonjolkan (Maryani:2011).

3. Melakukan kegiatan ***Press Conference***

Untuk kegiatan ini PRO harus dapat mempersiapkan diri jika ada kejadian atau peristiwa khusus, kalau bisa PRO melengkapi dengan foto-foto tentang kegiatannya. Contohnya dalam keadaan darurat “baik” adalah peresmian gedung. Dalam keadaan darurat “buruk” adalah mogok kerja, aksi buruh, dan sebagainya. Serta untuk keadaan tersebut cara mengatasinya adalah dengan diadakannya konferensi pers agar kegiatan itu dapat diperbaiki.

4. Menyediakan ***Press Room***

Mengenal dengan baik wartawan dan petugas pers lainnya serta mengadakan kontak yang teratur dan memberikan pelayanan serta fasilitas. Khususnya pemupukan hubungan baik antara PRO di satu pihak dengan para wartawan di lain pihak. Diusahakan dibentuk *Press Room* agar para wartawan mengetahui di mana tempat mereka. Lebih baik lagi jika disediakan fasilitas lain seperti konsumsi, maksudnya agar bila ada kejadian-kejadian yang negatif mengenai perusahaan kita, maka wartawan tidak langsung memuat berita itu tetapi ada kompromi terlebih dahulu yang berkepentingan.

5. Melakukan Kegiatan ***Press Tour***

Kegiatan tour perusahaan dengan mengikut sertakan wartawan sangat beragam bentuknya. *Press Tour* dapat dilakukan melalui kegiatan kunjungan kerja ke kantor-kantor cabang di berbagai tempat, atau kunjungan ke perusahaan-perusahaan binaan di berbagai daerah, kunjungan ke tempat-tempat yang ada kaitannya dengan bidang kerja perusahaan tersebut. Kegiatan ini dimaksudkan selain dalam menjalin dan mengeratkan hubungan dengan para wartawan juga wartawan ini dapat dimanfaatkan untuk kegiatan orbit perusahaan di mana dari kegiatan *tour* ini wartawan dapat meliput segala kegiatan perusahaan yang selanjutnya disebarluaskan di media massa. Kondisi ini tentu saja menguntungkan reputasi perusahaan di mata masyarakat.

6. Menyelenggarakan ***Press Reception***

Untuk membina keakraban antara pihak-pihak perusahaan dengan pihak pers, maka ada baiknya sekali-kali perusahaan mengundang dalam suatu jamuan makan, hal itu dapat dilakukan di tempat-tempat lain yang sekiranya *representative* untuk dapat leluasa berbincang-bincang secara nonformal. Situasi ini dapat dimanfaatkan untuk keperluan penginformasian pers kepada masyarakat (Yulianita, 2012).

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Terdapat 6 Kegiatan Media Relations yang dilaksanakan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat yaitu, penulisan *Press Realese*, kegiatan *Press Interview*, kegiatan *Press Conference*, penyediaan *Press Room*, kegiatan *Press Tour* dan kegiatan *Press Reception*. Dalam penelitian ini penulis menyimpulkan memang ada beberapa kegiatan Media Relations yang belum terlaksana dengan baik, namun pihak biro Humas atau Divisi INMAS di kantor tersebut telah melakukan inovasi atau kegiatan lain yang bertujuan sama sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat namun dengan cara yang berbeda.

Penulisan *press realese* disana dirasa kurang terlaksana dengan baik, namun dibalik itu semua INMAS telah melakukan inovasi kegiatan lain sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat yaitu dengan selalu meng-*update* situs resmi dari Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat.

Kegiatan *press interview* di kantor tersebut kurang terlaksana dengan baik, karena INMAS di kantor tersebut hanya sebagai jembatan atau hanya menjembatani antara narasumber di kantor tersebut dengan media atau wartawannya. Kegiatan *press interview* ini juga jarang terlaksana dikarenakan para pejabat di kantor tersebut tidak selalu ada ditempat karena sedang menjalankan tugas ke luar kota atau ada kunjungan acara lain.

Kegiatan *press conference* di kantor tersebut sangat jarang dilakukan, dikarenakan tidak adanya suatu masalah yang mengharuskan INMAS untuk mengadakan *press conference* selain itu halangan dalam kegiatan ini adalah tidak hadirnya beberapa media, sehingga kegiatan ini kurang terlaksana dengan baik. Jika diadakannya kegiatan ini isi pesan yang disampaikan juga masih seputar kegiatan keagamaan di Provinsi Jawa Barat.

Penyediaan *press room*, *press room* adalah kelengkapan dalam kegiatan media relations, dimana terdapat sebuah ruangan yang dikhususkan untuk media. di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat ini, *press room* tidak hanya dikhususkan pada para media atau wartawan saja namun semua tamu kunjungan yang berkunjung ke kantor tersebut. Ketersediaan *press room* ini sudah sangat lengkap dan nyaman seperti jamuan makanan, televisi, AC bahkan koneksi internet tersedia didalamnya.

Bentuk dari kegiatan *press tour* di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat adalah kunjungan-kunjungan ke kantor cabang atau sebuah acara yang diadakan oleh kantor yang bersangkutan. Frekuensi dan isi pesan dalam kegiatan ini juga terlaksana dengan baik sesuai dengan informasi apa yang dicari oleh masyarakat.

Kegiatan *press reception* ini perlu banyak diperhatikan oleh Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat terutama Divisi INMAS, inovasi dari kegiatan seperti *gathering*. *Gathering* di kantor tersebut terakhir dilaksanakan beberapa tahun silam dalam bentuk *outbond*, namun pengganti dari *gathering* tersebut adanya jamuan makan dalam hari-hari perayaan atau sejenisnya.

### D. Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan secara spesifik dari peneliti, berdasarkan wawancara, observasi di lapangan dan studi kepustakaan:

1. Divisi INMAS di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat, melalui kegiatan penulisan *press realese* sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat kurang terlaksana dengan baik.

2. Divisi INMAS di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat, melalui kegiatan *press interview* sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat kurang terlaksana dengan baik.
3. Divisi INMAS di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat, melalui kegiatan *press conference* sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat kurang terlaksana dengan baik.
4. Divisi INMAS di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat, dalam penyediaan *press room*, sudah tersedia dengan baik.
5. Divisi INMAS di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat, melalui kegiatan *press tour* sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat telah terlaksana dengan baik.
6. Divisi INMAS di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat, melalui kegiatan *press reception* kurang terlaksana dengan baik dan perlu diperhatikan lebih lanjut mengenai inovasi kegiatan tersebut.

## E. Saran

### Saran Teoritis

1. Untuk selanjutnya, sebaiknya dilakukan sebuah analisis terhadap kegiatan *media relations* yang akan dilakukan oleh perusahaan atau suatu instansi. Analisis tersebut dapat praktisi Humas lakukan dengan 4 langkah proses praktisi Humas dalam melakukan tugasnya, yaitu *Fact Finding and Feedback, Planning and Programming, Action and Communicating* dan *Evaluation*. Dengan kegiatan *media relations* ini dapat memudahkan para praktisi Humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya secara efektif dan efisien.
2. Baiknya setelah dilakukan analisis terhadap beberapa kegiatan *media relations* oleh para praktisi Humas, pihak yang bersangkutan membuat dan melaksanakan strategi gabungan, tidak lupa untuk melakukan berbagai inovasi dari komponen yang ada pada setiap kegiatan *media relations*. Dengan dibuatnya hal tersebut sesuai kerangka analisis gabungan dan keadaan lapangan, para praktisi Humas dan seluruh komponen yang bersangkutan pada kegiatan *media relations* tersebut dapat mengatasi kekurangan yang telah ditemukan pada kegiatan sebelumnya.

### Saran Praktis

1. Dengan menjalankan tugas dan fungsinya para praktisi Humas serta kuantitas sumber daya manusia yang bekerja sama langsung dalam kegiatan *media relations* ini harus terus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap media yang ada agar hubungan dan citra yang sudah tercipta dapat berjalan lebih harmonis, sehingga tujuan dari Divisi INMAS di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat dengan para media dapat tercapai. Serta pemberdayaan atau inovasi dari kegiatan *media relations* ini dapat diperbaharui lebih baik lagi, demi kepentingan ruang publik yang memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi yang mereka perlukan.
2. Sumber daya finansial atau anggaran dana yang kurang dapat diatasi dengan membangun kerjasama dari berbagai pihak sesuai kebutuhan kegiatan ini. Setidaknya, dana dapat diminimalisir agar tidak terlalu besar dan dana yang sudah diminimalisir dapat dialokasikan untuk kebutuhan lain yang lebih penting.
3. Keberadaan media sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat

memang sangat dibutuhkan. Oleh karena itu Divisi INMAS di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat harus lebih menciptakan dan memelihara hubungan baik yang sudah terbina dengan para media dan wartawannya.

4. Para praktisi Humas harus lebih *aware* atau memerhatikan informasi apa yang sedang digandrungi oleh masyarakat sehingga masyarakat bisa lebih mudah dalam menemukan informasi tersebut. Dengan adanya kegiatan *media relations* ini sudah baik dalam pelaksanaannya, namun dapat lebih diperbaharui dengan penyebaran informasi yang lebih menarik, sehingga masyarakat dapat lebih tertarik untuk mencari tahu informasi yang mereka butuhkan.
5. Memerhatikan kebutuhan pendukung dalam *press room* juga perlu diperbaharui agar para media yang telah bekerja sama dapat selalu memberikan sikap positifnya.

### Daftar Pustaka

- Alamsyah, Zulkifli. 2003. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Public Relations: Suatu Pendekatan Praktis*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook Of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asumpa, Maria. 2002. *Konsep Dasar Public Relations: Teori dan Praktek*. 2002. Jakarta: PT. Grasindo.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Emeraldy, Chatra dan Rulli Nasrullah. 2008. *Public Relations: Strategi Kehumasan dalam Menghadapi Krisis*. Bandung: Maximalis.
- Faisal, Sanapiah. 2001. *Format-format Penelitian Sosial, Dasar-dasar dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *PR and Crisis Management: Pendekatan Critical PR, Etnografi, Krisis dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Galia Indonesia
- Maryani. Ane & Ahmadi, Dadi. 2011. *Komunikasi Virtual: Teori dan Praktik*. Bandung: Ihsan Press
- Nurudin, 2008. *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Rudy, T. May. 2005. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: PT Refika Aditama
- Ruslan, Rosady. 2005. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Saputra, Wahidin dan Rulli Nasrullah. *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik di Era*

- Cyber. 2011. Jakarta: Gramata Publishing.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto Elvinaro. 2004. *Dasar-dasar Public Relations* Cetakan III. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Tondowijodjo, John. 2002. *Dasar dan Arah Public Relations*. Jakarta: PT Grasindo.
- Wahyuni, Isti Nursih. 2013. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yulianita, Neni. 2012. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : Pusat Penerbit Universitas dan LPPM UNISBA
- Sumber lain:
- Ayu, Misra. 2010. *Pelaksanaan Kegiatan Media Relations Biro Humas dan Protokol (BHP) dalam Membentuk Citra Unggul dan Islami*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- P., Monica Lovenia A. *Aktivitas Media Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia*. Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.
- Saputra, Ruly Ratriandi. 2011. *Kegiatan Media Relations Humas Kementrian Pekerjaan Umum dalam Memelihara Hubungan Baik dengan Wartawan*. Skripsi. Bandung: Universitas Islam Bandung
- Internet:
- <http://khm204.weblog.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/sites/597/2015/04/Media-Relations-Pertemuan-8.ppt?sixuojxlnydqeia?zwskbzrihojjsiqq> (diakses pada Rabu, 11 Mei 2016 Pukul 17:54 WIB)
- [jabar.kemenag.go.id](http://jabar.kemenag.go.id) (diakses pada Rabu, 17 Agustus 2016 pukul 13:03 WIB)