

**STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS KABUPATEN
KLATEN DALAM UPAYA MENGHASILKAN
PEMBERITAAN POSITIF KEPALA DAERAH**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Progam D3 Hubungan Masyarakat K. Batang
pada Progam Studi Diluar Kampus Utama (PSDKU)
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

Hilmynia Restu Nur Shahibah

40011218060048

**PROGAM STUDI D3 HUMAS K. BATANG
PROGAM STUDI DI LUAR KAMPUS UTAMA
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2021

SURAT PERTANYAAN

KASLIAN KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hilmynia Restu Nur Shahibah

Nomor Induk Mahasiswa : 40011218060048

Fakultas : PSDKU Sekolah Vokasi

Progam Studi : DIII Hubungan Masyarakat

Menyatakan bahwa karya ilmiah tugas akhir ini dengan judul:

Strategi Media Relations Humas Kabupaten Klaten Dalam Upaya Menghasilkan Pemberitaan Positif Kepala Daerah

Adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri, bukan hasil jiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata terbukti karya ilmiah orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat dari kecurangan yang telah saya lakukan.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Klaten, 18 Juni 2021

Pembuat Pernyataan



Hilmynia Restu N.S

NIM 40011218060048

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Strategi Media Relations Humas KabupatenKlaten Dalam Upaya
Menghasilkan Pemberitaan Positif Kepala Daerah

Nama Penyusun : Hilmynia Restu Nur Shahibah

NIM : 40011218060048

Progam Studi : DIII Hubungan Masyarakat

Fakultas : PSDKU Sekolah Vokasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan Progam Studi Diploma III Hubungan
Masyarakat PSDKU Sekolah Vokasi.

Dosen Pembimbing:

1. Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., M.I.Kom (.....)
NIP. 199003172019032014

Dosen Penguji:

1. Drs. Joyo Nur Suyanto Gono, M.S. (.....)
NIP. 196110261987021001

Semarang, 25 Juni 2021

Ketua Progam Studi PSDKU

DIII Hubungan Masyarakat

Dr. Adi Nugroho, M.Si

NIP. 196510171993111001

MOTTO HIDUP

Segala sesuatu itu harus dilakukan dengan hati yang ikhlas

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk orang tua, keluarga besar dan teman – teman, serta para pembaca.

ABSTRAK

Humas Kabupaten Klaten merupakan sebuah instansi pemerintah, khususnya di Sekretariat Daerah pada bagian Administrasi Umum. Permasalahan yang muncul yaitu bansos covid'19 dari Kemensos RI ditemplei foto Bupati Klaten pada bulan April- Mei tahun 2020 menjadi trending twitter. Masalah tersebut mengakibatkan beberapa media menerbitkan pemberitaan yang cenderung negative. Namun, pada bulan Oktober pemberitaan mulai membaik dan netral. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji lebih dalam penerapan strategi media relations Humas Kabupaten Klaten dalam upaya menghasilkan pemberitaan positif kepala daerah.

Hasil penelitian ini adalah menjelaskan tentang strategi media relations yang dilakukan oleh Humas Kabupaten Klaten diantaranya melayani media dalam waktu yang mendadak dan juga melakukan pelayanan berupa kegiatan konferensi pers serta kunjungan media. Membangun reputasi yang dapat dipercaya media yaitu dengan memberikan informasi mengenai jadwal agenda kegiatan kepala daerah. Menyediakan salinan informasi yaitu dengan memberikan naskah *press release* dan foto dokumentasi kegiatan kepala daerah dan pemerintah daerah secara umum yang dikirimkan 1 jam sebelum selesai acara. Melakukan kerjasama dalam penyediaan materi informasi berupa advertorial dan pariwisata dengan beberapa media cetak serta online. Menyediakan fasilitas verifikasi dengan membuat jadwal bertemu dengan kepala daerah tergantung pada kepentingannya apa namun untuk konfirmasi berita wartawan bertemu sendiri tanpa didampingi Humas. Membangun hubungan personal yang kokoh berupa pihak Humas dengan wartawan melalui group Whatsapp dan chat pribadi serta sering mengunjungi ruangan wartawan guna menanyakan fasilitas namun, saat pandemic intensitas bertatap muka berkurang dikarenakan ada pegawai yang WFH.

Kata kunci: Strategi media relations, PR Pemerintah

ASTRACK

Klaten Regency Public Relations is a government agency, especially in the Regional Secretariat in the General Administration section. The Problems that arose is the covid'19 social assistance from the Indonesian Ministry of Social Affairs was attached to a photo of the regent of Klaten In April- May 2020 became trending twitter. This problem has resulted in several media publishing news that tend to be negative. Howefer, in October the news began to improve and was neutral. This study aims to find out and examine more deeply the application of media relations strategy Public Relations of Klaten Regency in effort to produce positive news for regional heads.

This result of this study are to explain the media relations strategy carried out by the Public Relations of Klaten Regency including serving the media at a sudden time and also providing service in the form of press conferences and media visit. Build a reputation that can be trusted by the media, namely by providing information on the schedule of regional head activities. Provide a copy of the information materials in the form of advertorial and advertisements with several print and online media. provide verification facilities by scheduling meetings with regiona heads depending on their interest,but to confirm news reporters meetalone without being accompanied by Public Relations.Building strong personal relationship in the form of Public Relations with journalist through Whatsapp groups and private chats and often visiting journalist room to inquire about facilities.

Key word : Media Relations Strategy, Government PR

KATA PENGANTAR

Penelitian yang berjudul “Strategi Media Relations Humas Kabupaten Klaten dalam Upaya Menghasilkan Pemberitaan Positif Kepala Daerah” ini dilakukan oleh penulis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi media relations di Humas Kabupaten Klaten.

Tugas akhir ini terdiri dari 5 bab. Bab I berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Teori, Operasionalisasi Konsep, dan Metode Penelitian yang digunakan oleh penulis. Bab II berisi tentang Profil Humas Kabupaten Klaten. Bab III berisi tentang temuan penelitian dari hasil wawancara mendalam dengan Pihak Humas Kabupaten Klaten dan wartawan yang meliput di Humas. Bab IV berisi tentang analisis temuan penelitian dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis diantaranya melayani media setiap saat, membangun reputasi organisasi yang dapat dipercaya media, menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat, melakukan kerjasama dalam penyediaan materi informasi, menyediakan fasilitas verifikasi, dan membangun hubungan personal yang kokoh dengan media. Bab V berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran yang diberikan kepada Humas Kabupaten Klaten.

Akhir kata, penulis dalam pembuatan karya ilmiah tugas akhir ini masih banyak kekurangannya. Oleh sebab itu, bantuan saran dan kritik dibutuhkan dalam penyempurnaan penulisan Tugas Akhir ini.

Klaten, 18 Juni 2021

Hilmynia Restu N.S

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dimudahkan dan dilancarkan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penelitian tugas akhir yang berjudul “Strategi Media Relations Humas Kabupaten Klaten dalam Upaya Menghasilkan Pemberitaan Positif Kepala Daerah” ini bisa diselesaikan. Dalam penyusunan ini tidak luput dari bantuan beberapa pihak. Oleh sebab itu, izinkan saya untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
2. Triman dan Hartini selaku orang tua yang telah memberikan dukungan doa dan material
3. Dr. Adi Nugroho selaku Ketua Prodi DIII – Hubungan Masyarakat PSDKU
4. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran dan waktunya dalam penyelesaian tugas akhir ini.
5. Rintulebda Anggung Kaloka, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen wali saya
6. Seluruh dosen DIII Hubungan Masyarakat PSDKU Universitas Diponegoro
7. Seluruh pegawai di Humas kabupaten Klaten yang telah memberikan bantuan selama proses penelitian tugas akhir ini.
8. Taufik selaku wartawan Solopos dan Mardon selaku wartawan Tribun Solo yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir.
9. Munce, Rina, Wiby, Riska, Ade yang menjadi tempat bertukar pikiran dan berkeluh kesah selama tugas akhir.
10. Kawan – kawan yang lain yang selalu mendoakan dan menyemangati agar terselesaikan tugas akhir ini
11. Teman – teman DII Humas angkatan 2018 yang selalu menyemangati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Kerangka Teori	6
1.6 Operasionalisasi Konsep.....	12
1.7 Metode Penelitian	14
1.7.1 Jenis Penelitian.....	15
1.7.2 Subjek Penelitian	15
1.7.3 Jenis Dan Sumber Data.....	15
1.7.4 Teknik Dan Alat Pengumpulan Data	15
BAB II PROFIL INSTANSI HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN KLATEN.....	17
2.1 Profil Kabupaten Klaten	17
2.2 Visi Dan Misi Kabupaten Klaten.....	18
2.3 Lambang Dan Makna Kabupaten Klaten.....	19
2.4 Profil Instansi Setda Kabupaten Klaten	21
2.5 Profil Bagian Humas	21
2.6 Tugas Dan Fungsi Pokok Bagian Humas.....	23
BAB III TEMUAN PENELITIAN.....	26

3.1 Melayani Dan Memahami Media Setiap Saat	26
3.2 Membangun Reputasi Organisasi Yang Dapat Dipercaya Media	29
3.3 Menyediakan Salinan Informasi Yang Memadai Dan Akurat.....	30
3.4 Melakukan Kerjasama Dalam Penyediaan Materi Informasi	32
3.5 Menyediakan Fasilitas Verifikasi	33
3.6 Membangun Hubungan Personal Yang Kokoh Dengan Media.....	35
BAB IV ANALISIS TEMUAN PENELITIAN	37
4.1 Humas Kabupaten Klaten Dalam Melayani Dan Memahami Media Setiap Saat	37
4.2 Humas Kabupaten Klaten Dalam Membangun Reputasi Organisasi	38
4.3 Humas Kabupaten Klaten Dalam Menyediakan Salinan Informasi Yang Memadai Dan Akurat	39
4.4 Humas Kabupaten Klaten Dalam Melakukan Kerjasama Dalam Penyediaan Materi Informasi	40
4.5 Humas Kabupaten Klaten Dalam Menyediakan Fasilitas Verifikasi	41
4.6 Humas Kabupaten Klaten Dalam Membangun Hubungan Personal Yang Kokoh Dengan Media.....	41
BAB V PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pemberitaan Media Cetak	1
Gambar 2.1 Lambang Kabupaten Klaten	19
Gambar 2.2 Struktur Setda Kabupaten Klaten.....	22
Gambar 2.3 Struktur Bagian Humas Klaten	22
Gambar 3.1 Screenshoot Press Conference 1 Kesembuhan Covid'19.....	28
Gambar 3.2 Press Conference setelah Pilkada 2020	28
Gambar 3.3 Dokumentasi Press Release Pihak Humas	31
Gambar 3.4 Dokumentasi Press Release Pihak Humas	32
Gambar 3.5 Fasilitas Ruangan Wartawan.....	34
Gambar 3.6 Ruangan Wartawan	34
Gambar 3.7 Screenshoot Grub Wartawan Klaten.....	35
Gambar 3.8 Screenshoot Grub Humas dan Wartawan Klaten.....	36
Gambar 3.9 Screenshoot Group Humas mengirimkan Press Release	36
Gambar 4.1 Bagan Alur Strategi Media Relations Humas Kabupaten Klaten	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pokok Masalah	1
Table 3.1 Pembuatan Press Release Humas Kabupaten Klaten.....	30
Table 3.2 Kerja sama Humas dengan Media Cetak	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi *media relations* sangat diperlukan dalam sebuah instansi pemerintah. Hal ini berguna untuk membangun hubungan baik dengan media, khususnya wartawan. Media relations menurut Lesly (dalam Darmastuti, 2012:42) merupakan kegiatan yang berinteraksi dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau menjawab kepentingan media terhadap organisasi.

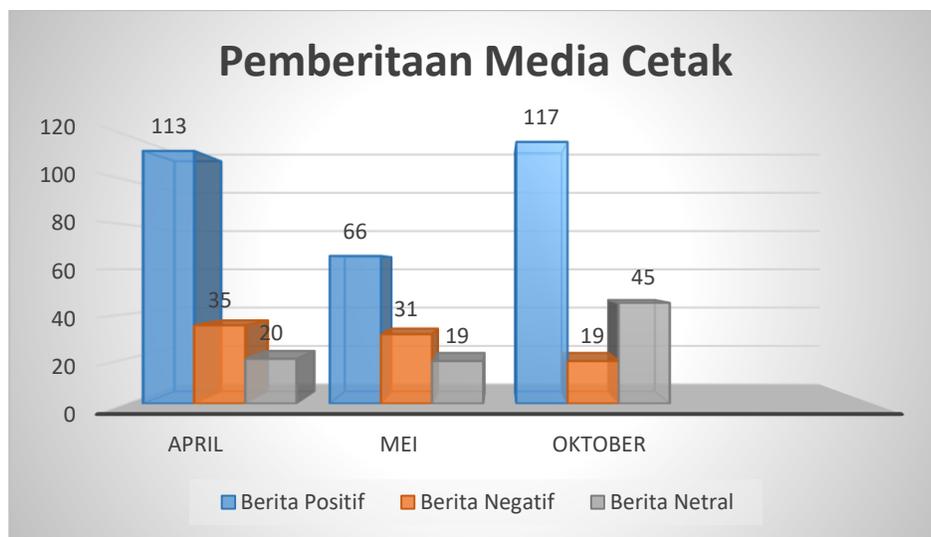
Menjaga dan membangun hubungan merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh seorang Public Relations. Sebab, dalam prinsipnya kedudukan Humas yakni menilai perilaku masyarakat untuk membentuk keserasian antara masyarakat dan peraturan instansi/organisasi (Ruslan, 2017:129). Media dan Humas saling membutuhkan terkait dengan penyampaian informasi kepada khalayak. Ruslan, (2017:167) menjelaskan bahwa hubungan media dan pers adalah sebagai alat pendukung, alat kerja serta kerja sama yang baik untuk kepentingan publikasi dan publisitas dalam berbagai kegiatan program kerja atau kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik.

Humas Kabupaten Klaten merupakan sebuah bagian instansi pemerintah, khususnya di Sekretariat Daerah pada bagian Asisten Administrasi Umum. Dalam peraturan Bupati Nomor 40 tahun 2016 tentang kedudukan susunan organisasi tugas dan fungsi serta tata kerja sekretariat daerah kabupaten Klaten, dalam pasal 21 terdapat rincian tugas sub Bagian Analisis Kemitraan Media sebagai berikut a) mencermati tulisan di media massa, tajuk artikel berita pojok surat pembaca terhadap pelaksanaan pemerintahan dalam bentuk klipings b) membuat *press release* kegiatan pemerintah daerah c) menjalin kerjasama dengan media massa dalam

rangka penyampaian berita terkait pemerintah daerah d) menanggapi permintaan media massa dan menjawab surat pembaca. Sehingga dapat diketahui bahwa menjalin kerja sama dengan media sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Mengetahui secara pasti di dalam pemberitaan melalui media koran antara lain: Kedaulatan Rakyat, Solopos, Radar Solo, Suara merdeka, dan Tribun Jogja.

Gambar 1.1 Tabel Pemberitaan Media Cetak



Sumber : Data Kliping Koran Humas Kabupaten Klaten

Dengan demikian, secara signifikan Humas Kabupaten Klaten memiliki pemberitaan yang cenderung mengkhawatirkan karena terdapat permasalahan dalam pemberitaan media. Namun, setelah kasus tersebut, di bulan Oktober mulai membaik dan netral.

Pokok Masalah	Tahun
Trending twitter akibat stiker di Bansos Ada Foto Bupati Klaten	2020
Bupati Klaten di sanksi Kemendagri akibat pasang stiker di Bansos	2020

Bupati Klaten disemprot Bawaslu akibat pencitraan di stiker Bansos	2020
Tingkat pengangguran terbuka 3,11%	2018
Tingkat Pengangguran Terbuka 3,55%	2019

Tabel 1.1 Tabel Pokok Masalah

Permasalahan yang terjadi di bulan April – Mei mengakibatkan beberapa pemberitaan media cenderung negatif. Pada kasus trending twitter di Indonesia dengan tagar #BupatiKlatenMemalukan warganet menganggap Bupati Klaten, Sri Mulyani mempromosikan dirinya sendiri. Hal ini dikarenakan bantuan berupa hand sanitizer, bantuan sembako untuk warga yang terdampak covid-19 ditemplei stiker fotonya diri sendiri. Bupati Klaten sempat memberikan penjelasan terkait masalah tersebut di akun pribadi twitternya, namun hal itu tidak menyurutkan permasalahan tersebut. (<https://papua.tribunnews.com/2020/04/28/jadi-trending-twitter-karena-di-bansos-ada-foto-dirinya-bupati-klaten-tak-bermaksud-menumpang>)

Dalam kasus tersebut, Kemendagri memberikan sanksi kepada Bupati Klaten terkait bantuan dari Kemensos yang ditemplei stiker milik dirinya. Hal tersebut termasuk dalam penyalahgunaan wewenang. Melalui surat ditujukan kepada Gubernur Jawa Tengah agar memberikan teguran dan pengawasan terhadap Bupati Klaten dan melaporkan hasilnya kepada Menteri Dalam Negeri, Bawaslu juga mengapresiasi dengan baik tindakan Kemendagri, sehingga menjadi pelajaran kepada daerah yang lain. Selain itu, agar publik mengetahui bahwa tindakan tersebut dilarang. (<https://jateng.inews.id/berita/buntut-pasang-stiker-di-bansos-bupati-klaten-disanksi-kemendagri>)

Pokok masalah yang lainnya yaitu menurut data BPS Klaten, tingkat pengangguran terbuka mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebesar 3,11%, dan tahun 2019 sebesar 3,55% . Namun, tidak dipungkiri terdapat prestasi Bupati Klaten mendapat penghargaan Anugerah Pers di bidang Pemerintahan dalam acara HUT Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang diraih tahun 2019 <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/bupati-klaten-raih-penghargaan-anugerah-pers/>.

Permasalahan kasus tersebut dapat diatasi oleh Humas Kabupaten Klaten dengan berbagai upaya, salah satunya membangun hubungan baik dengan media massa. Dibuktikan pada bulan Oktober pemberitaan media cetak cukup membaik dan netral. Strategi yang tepat dan handal diperlukan dalam membangun komunikasi serta hubungan yang baik. Hal ini bertujuan untuk menciptakan saling pengertian antara Humas Kabupaten Klaten dengan media massa.

Atas keberhasilan Humas Setda Klaten dalam membangun dan menjembatani hubungan baik dengan media, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi media relations yang dilakukan khususnya di instansi pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi media relations dalam upaya menghasilkan pemberitaan positif. Oleh sebab itu, saya ingin meneliti lebih dalam dengan mengangkat judul penelitian **“Strategi Media Relations Humas Kabupaten Klaten dalam Upaya Pemberitaan Positif Kepala Daerah”**.

1.2 Rumusan Masalah

Humas kabupaten Klaten dalam melaksanakan media relations, terdapat permasalahan bahwa terdapat kasus pemberitaan negative oleh Bupati Klaten terkait dengan bantuan hand sanitizer dan sembako yang ditemeli stiker foto dirinya sendiri menjadi trending twitter. Hal tersebut juga diberikan sanksi oleh berbagai pihak seperti Kemendagri, Bawaslu, dan Gubernur Jawa Tengah. Data yang diketahui melalui media cetak bulan April – Mei tahun 2020

disebutkan terdapat 179 berita positif, 66 berita negatif dan 39 berita netral. Media cetak tersebut diantaranya Kedaulatan rakyat, Tribun jogja, Suara merdeka, Jawa pos, dan Solopos. Demikian, secara signifikan pemberitaan di bulan tersebut cenderung mengkhawatirkan.

Berdasarkan peristiwa tersebut permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Penerapan Strategi media relations Humas Kabupaten Klaten dalam Upaya Menghasilkan Pemberitaan Positif Kepala Daerah”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi media relations Humas Kabupaten Klaten dalam upaya menghasilkan pemberitaan positif Kepala Daerah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam kajian *Public Relations* khususnya bidang media relations. Selain itu, juga menjadi pelengkap penelitian terdahulu.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dari segi praktis dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti, masyarakat serta bagi Humas Kabupaten Klaten untuk bahan evaluasi kinerja dan masukan mengenai strategi media relations.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1. Strategi Media Relations

1.5.1.1 Pengertian Strategi

Strategi juga termasuk dalam salah satu unsur manajemen. Menurut Ruslan (2017:133) terdapat beberapa unsur manajemen diantaranya unsur perencanaan dan unsur pengorganisasian (*organizing*), strukturisasi, pengawakan (*staffing*) dan pengarahan (*directing*) dan pengendalian (*controlling*).

Tahap awal yang harus dilakukan yakni memutuskan tujuan (objektif) yang akan diraih dimensi yang ingin dicapai sesuai dengan perencanaan yang telah dipertimbangkan dengan baik oleh pihak- pihak yang terlibat pada manajemen suatu organisasi yang bersangkutan, selanjutnya strategi “apa dan bagaimana” yang digunakan dalam perencanaan, *action* atau suatu strategi yang dijabarkan dalam langkah – langkah yang telah dijadwalkan yang terakhir unsur anggaran (*budget*) yang wajib dipersiapkan seperti “dana dan daya” dan juga menjadi unsur pendukung spesifik dalam program kerja seorang praktisi Humas (Ruslan:2017:133-134).

Ruslan (2003:123) mendefinisikan strategi yakni bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*) sedangkan rencana yaitu produk dari suatu perencanaan yang pada akhirnya perencanaan yakni salah satu fungsi dasar dari manajemen.

Sementara Venus (2004:152) menyebutkan strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang akan diterapkan dalam kampanye atau untuk lebih bisa disebut dapat disebut *guiding principle* atau *big idea*.

Berdasarkan kedua definisi diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah Suatu cara berupa rencana yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh organisasi yang bersangkutan.

1.5.1.2 Pengertian Media Relations

Media relations sangat dibutuhkan dalam dunia *public relations*, dalam praktiknya PR dalam menyebarkan informasi mengenai organisasi yang dikelolanya mereka membutuhkan publikasi melalui media. Menurut Sambo (2019:2) Seorang PR menduga interaksi antara PR dan media massa adalah hubungan saling membutuhkan sehingga dapat dimaknai relasi intensif layaknya dua sahabat baik, selain itu media memiliki daya getar dan dapat memperbarui opini publik dan citra lembaga.

Salah satu fungsi kehumasan yakni membangun hubungan baik dengan media, hal ini tujuan dapat menimbulkan opini positif dari pihak publik. Kerja sama dengan media juga akan menciptakan frekuensi publisitas yang cukup tinggi dampak pemberitaan baik seperti *simultaneity effect* (efek keserempakan), efek dramatis, atau efek publisitas tinggi, dan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pembentukan opini publik dalam jangka pendek, untuk pembaca yang tersebar di berbagai tempat dalam waktu yang sama (Ruslan, 2017:168).

Menurut Lesly (dalam Darmastuti Rini, 2012:42) mendefinisikan bahwa media relations adalah kegiatan yang berinteraksi dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau menjawab kepentingan media terhadap organisasi/instansi.

Frans Jefkins juga mendefinisikan bahwa media relations atau sering disebut dengan hubungan media yakni usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman

bagi khalayak berdasarkan organisasi perusahaan yang bersangkutan (dalam Darmastuti, 2012:42).

Ruslan (2017:169) menyebutkan definisi press relations adalah kegiatan khusus dari pihak public relations untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk dan kegiatan yang bersifat individual yang perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak pers / media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa media relations merupakan hubungan baik dengan media berupa aktivitas penyampaian pesan atau informasi terhadap suatu organisasi/perusahaan tertentu guna menjalin kerjasama untuk melakukan publisitas.

1.5.2 Konsep tentang Media Relations

1.5.2.1 Prinsip Media Relations

Dalam menjalankan beberapa strategi, diperlukan beberapa prinsip kerja media relations menurut Jefkins (dalam Darmastuti, 2012: 46) menjelaskan beberapa prinsip kerja media relations antara lain:

1) Melayani dan memahami media setiap saat

Dalam melakukan kerja sama yang baik diperlukan sikap saling pengertian antara kedua belah pihak. Hal ini seperti mampu memahami dan bagaimana media massa serta melakukan pelayanan dengan sebaik mungkin. Semisal memberikan informasi, berita yang akurat kepada pihak wartawan

2) Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media

Public relations harus siap menyediakan dan memberikan materi yang akurat dimana saja dan kapan saja. Hal ini dapat supaya wartawan atau pihak pers memegang kepercayaan bahwa informasi yang disampaikan akurat.

3) Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat

Dalam hal ini seorang PR harus memberikan foto – foto yang baik, jelas dan menarik. Semisal wartawan membutuhkan *press release*, *video release* atau yang lainnya pihak PR telah menyediakan informasi tersebut dengan akurat.

4) Melakukan kerja sama dalam penyediaan materi informasi

Semisal dalam pengadaan acara jumpa press, wartawan dengan praktisi *public relations* melakukan kerjasama dalam mempersiapkan acara tersebut.

5) Menyediakan fasilitas verifikasi

Semisal seorang wartawan menemui pihak *public relations* untuk memastikan kebenaran berita atau informasi yang telah diterima dengan cara mengunjungi kondisi dan situasi sebelum diberitakan.

6) Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media

Dalam membangun hubungan harus dilandasi dengan kejujuran, keterbukaan, saling pengertian dan saling menghormati profesi masing – masing.

1.5.2.2 Pengembangan Strategi Media Relations

Strategi media relations dari kurun waktu membutuhkan pengembangan dan inovasi agar terjalin hubungan yang harmonis dan akrab. Menurut Sambo (2019:27-28) Pengembangan strategi media relations antara lain :

a) Partisipasi aktif kegiatan internal media

Kegiatan internal media sering menyelenggarakan acara /event. Hal ini bisa dijadikan momentum tim public relations ikut serta dalam acara tersebut. Sehingga dapat menjalin silaturahmi dan keakraban antar sesama.

b) Membuat komunitas bersama

Dalam rangka menjaga hubungan baik dengan media, membuat komunitas perlu dilakukan. Misalnya tim public relations dan tim media memiliki hobi yang sama seperti mendaki gunung, touring motor, dan lainnya. Hal ini bisa berdampak positif dan menimbulkan keharmonisan.

1.5.3 Model Press Relations

Menurut Grunig (dalam Darmastuti, 2012:50-51) Model Press Relations dalam Media Relations antara lain:

a. *Press Agency Abuses*

Semisal dalam pemberitaan press pihak perusahaan/ organisasi meminta eksekutif koran/media cetak untuk menggunakan berita yang telah dikirimkan.

b. *Public Information Abuses*

Semisal, perusahaan/organisasi memiliki jurnalis internal untuk membuat artikel atau *press release* dengan tujuan agar tidak terjadi kesalahan dalam penulisan berita.

c. *Two Way Press Relations*

Terbagi menjadi dua pendekatan komunikasi diantaranya :

1) *Model Two Way Asymmetric*

Model ini dilakukan biasanya menetapkan tujuan terlebih dahulu. Praktisi PR yang menggunakan model ini mampu memahami nilai berita yang akan diterima jurnalis.

2) *Model Two Way Symmetric*

Model ini dilakukan dengan sedikit pengontrolan isi informasi yang mengalir dari organisasi kepada media. Semisal praktisi PR membuka organisasi mereka hanya untuk membantu jurnalis sehingga tercipta saling menghargai dan pengertian.

1.5.4 Bentuk Kegiatan Media Relations

Menurut Sambo (2019:13-17) Bentuk – bentuk Media Relations dalam menjalin hubungan baik antara lain:

1) Konferensi Pers

Public Relations menggelar acara dengan mengundang wartawan atau awak media dengan keperluan meluruskan isu yang sedang terjadi di lokasi yang mudah ditemukan/dijangkau. Dalam acara tersebut juga harus menentukan tempat dan waktu yang tepat jangan sampai wartawan tidak menghadiri acara tersebut. Pelaksanaan konferensi pers dilakukan semi formal atau tidak kaku.

2) Kunjungan Pers

Kegiatan ini yakni melakukan kunjungan ke media massa dengan tujuan untuk mempererat silaturahmi. Dalam kunjungan tersebut *public relations* disarankan untuk memastikan jadwal ke manajemen media agar tidak mengetahui kesediaannya. Selain itu, bisa juga membawakan souvenir untuk diberikan kepada media.

3) Press Gathering

Kegiatan ini melakukan pertemuan pers dengan seluruh wartawan dengan biaya acara ditanggung oleh perusahaan/instansi/organisasi. Dalam kegiatan ini juga diharapkan wartawan dapat membuat berita dalam acara tersebut.

4) Press up Grading

Kegiatan ini merupakan pelatihan yang dilakukan oleh *public Relations* kepada wartawan dengan tujuan memberikan pengetahuan tentang suatu perusahaan/instansi/organisasi.

1.5.5 Berita Positif

Berita (*news*) merupakan peristiwa atau situasi yang ditulis apa adanya didasari oleh fakta. Dalam setiap fakta yang terjadi harus bersifat objektif (Widarmanto, 2017:91). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia positif memiliki arti: nyata dan membangun; menunjukkan perkembangan ; tidak menyangkal ; yakin. Dengan demikian, definisi berita positif merupakan fenomena atau situasi yang bersifat nyata, membangun dan berdasarkan fakta serta akan ditampilkan melalui media.

Aktivitas *public relations* terdapat kegiatan membuat berita dan *press release/ new release* dalam upaya untuk menyebarluaskan informasi. Menurut Ruslan (2017:173) publikasi yang berkaitan dengan humas yakni yang bersifat positif. Hal tersebut dilakukan dengan penyebaran informasi atau pesan untuk meningkatkan pengenalan (*awareness*), pengetahuan (*knowledge*), bujukan (*persuasive*), pendidikan (*education*) sehingga dapat mewujudkan upaya menciptakan citra dan opini masyarakat kepada sesuatu yang positif, dan menghindarkan unsur – unsur pemberitaan negative, sensasional yang dapat menimbulkan keresahan, polemic atau kontroversial di masyarakat.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Dalam menyusun strategi media relations terdapat beberapa langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Hal ini bertujuan agar strategi berjalan dengan lancar dan efektif. Beberapa langkah – langkah yang bisa dilakukan oleh Humas Kabupaten Klaten sebagai berikut :

1. Melayani dan memahami media setiap saat

Dalam menjalankan hubungan baik dengan media hal pertama yang dilakukan adalah melayani dan memahami media setiap saat. Untuk itu, Humas Kabupaten Klaten harus dapat melayani dan media seperti dalam hal meminta informasi atau keterangan. Hal itu berguna untuk pembuatan berita oleh wartawan. Mengingat bahwa kinerja wartawan yang serba dadakan diharuskan Humas kabupaten Klaten melayani media setiap saat.

2. Membangun Reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media

Reputasi sebagai organisasi /perusahaan merupakan hal penting dalam membangun komunikasi dengan baik. Wartawan memerlukan informasi yang akurat dan jelas. Oleh sebab itu, Humas kabupaten Klaten tentu diharuskan untuk menjadi orang pertama yang memberikan informasi yang lengkap, jelas dan dapat dipercaya. Hal ini dapat mempererat hubungan baik dengan media khususnya wartawan.

3. Menyediakan Salinan informasi yang memadai dan akurat

Penyediaan data informasi yang memadai dan akurat sangat dibutuhkan oleh media. Maka, Humas kabupaten Klaten siap sedia dalam hal salinan informasi yang memadai seperti foto atau video kegiatan yang berhubungan dengan humas.

4. Melakukan kerja sama dalam penyediaan materi informasi

Dalam proses pembuatan berita seorang praktisi PR tentu harus melakukan kerja sama yang baik guna menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Oleh sebab itu, Humas kabupaten Klaten tentu diharuskan melakukan kerja sama yang baik dalam penyediaan informasi dengan tujuan agar berita yang dibuat wartawan bersifat akurat.

5. Menyediakan fasilitas verifikasi

Wartawan dalam proses pembuatan berita membutuhkan sumber informasi yang kredibel sehingga diperlukan fasilitas verifikasi data/ informasi yang didapat. Hal ini bertujuan agar berita yang diterbitkan sesuai informasi yang terjadi dilapangan. Maka, Humas kabupaten Klaten diharuskan untuk menyediakan fasilitas verifikasi data/ informasi dengan sumber informasi yang ingin didapatkan wartawan.

6. Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media

Dalam membangun hubungan personal yang kokoh dengan media diperlukan beberapa kegiatan dan bentuk komunikasi yang tepat agar terjalin hubungan yang harmonis dan akrab. Oleh sebab itu, Humas kabupaten Klaten tentu harus membangun hubungan personal dalam bentuk apapun, agar terbentuk pemahaman dan saling pengertian satu sama lain.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Tipe penelitian dalam penelitian ini yakni kualitatif. Penelitian ini memuat suatu fenomena sosial dengan menggunakan data yang berbentuk kalimat skema, dan gambar. Pendekatan

metode penelitian deskriptif dengan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta fenomena tersebut.

Menurut Anggito & Setiawan (2018:7) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah pengumpulan data dari lingkungan alam untuk menganalisis fenomena yang terjadi dimana peneliti sebagai alat yang penting. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yang menggambarkan objek atau fenomena yang bersifat naratif. (Anggito & Setiawan, 2018:11). Dengan adanya penelitian yang bersifat deskriptif, peneliti menggambarkan fenomena secara faktual.

1.7.2 Subjek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah Kepala Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Klaten, dan Staff Humas sub bagian Analisis Kemitraan Media, Wartawan Tribun Solo (Media Online), Wartawan Solopos (Media Cetak).

1.7.3 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data dari hasil wawancara informan yang digunakan dalam penelitian. Hasil wawancara dengan informan ini akan dilakukan pencatatan dan pendataan oleh peneliti. Data primer ini berupa wawancara tatap muka dengan informan secara mendalam. Sumber data yang lain seperti melakukan observasi terhadap kondisi dilapangan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data – data yang sudah ada dan tersedia serta dapat diperoleh peneliti. Dalam penelitian ini data sekunder berupa jurnal, buku

referensi, website resmi Kabupaten Klaten dan dokumen yang lainnya sebagai sumber penelitian ini.

1.7.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

a. Teknik pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian wawancara. Menurut Berger (dalam Kriyantono, 2006:98) mendefinisikan Wawancara yaitu percakapan dengan seseorang peneliti yang ingin mendapatkan informasi – dan informan seseorang yang memperoleh informasi penting tentang suatu objek. Teknik penelitian ini menggunakan jenis wawancara mendalam (*deep interview*). Menurut Kriyantono (2006:100) Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

b. Alat Pengambilan data

Alat pengambilan data merupakan alat yang digunakan dalam penelitian agar sistematis. Penelitian ini menggunakan alat penelitian yaitu pedoman wawancara (*interview guide*).

c. Analisis Data

Langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah analisis data. Analisis data adalah analisis data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti melalui instrument metodologi tertentu (Kriyantono, 2006:86). Metode ini dilakukan dengan pengumpulan dan pencatatan data yang diperoleh peneliti untuk dianalisis. Analisis data ini menggunakan teknik yang bersifat deskriptif sehingga menggunakan

kalimat tertulis dengan membandingkan dan menghubungkan antara teori dengan fakta dilapangan.

BAB II

PROFIL HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN KLATEN

2.1 PROFIL KABUPATEN KLATEN

Kabupaten Klaten merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Topografi Kabupaten Klaten terletak di antara Gunung Merapi dan Pegunungan Seribu dengan ketinggian antara 75 hingga 160 meter Di Atas Permukaan Laut yang terbagi menjadi wilayah Lereng Gunung Merapi di bagian utara areal miring, wilayah datar dan berbukit di bagian selatan. Jika ditinjau dari ketinggiannya, Kabupaten Klaten terdiri dari dataran dan pegunungan yang berada pada ketinggian bervariasi, yaitu 9,72 persen terletak di ketinggian 0–100 meter dari permukaan air laut, 77,52 persen terletak di ketinggian 100–500 meter dari permukaan air laut dan 12,76 persen terletak di ketinggian 500–1.000 meter dari permukaan air laut. Kabupaten Klaten juga berada di jalur utama Solo-Yogya.

Kebudayaan yang dimiliki Kabupaten Klaten yakni dari sejarah dan cerita rakyat yang berkembang di masyarakat, maka nilai-nilai luhur yang menjadi corak budaya masyarakat Klaten adalah religius spiritualis dan nasionalisme. Klaten saat ini, sedang berbenah untuk mewujudkan sebagai daerah wisata kuliner, dan hal ini ditunjukkan perkembangan jumlah rumah makan dengan berbagai jenis makanan olahan yang berkembang. Kabupaten Klaten sendiri memiliki beragam kebudayaan yang sangat kaya dan hingga saat ini masih menjadi sebuah kebiasaan atau tradisi masyarakatnya. Beberapa kebudayaan di Kabupaten Klaten antara lain kebudayaan menyirih, tradisi padusan, tradisi Syawalan di Bukit Sidhoguri, serta beberapa upacara tradisional Klaten yaitu Upacara Apem Aawiyuu, Upacara Bersih Sendang Sinongko, serta Upacara Sadranan.

Kabupaten Klaten dipimpin oleh Hj. Sri Mulyani sebagai Bupati Klaten sejak 2017 sampai 2020 telah meraih beberapa prestasi yang membanggakan mulai dari provinsi hingga nasional diantaranya:

Kabupaten Klaten tahun 2017 meraih Rastra (Beras Sejahtera) Award terbaik ke-3 tingkat provinsi Jawa Tengah,

Tahun 2018, Kabupaten Klaten meraih penghargaan dari Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNBP) dengan berhasilnya pengurangan resiko benca banjir melalui gerakan sekolah sungai

Kabupaten Klaten mendapat penghargaan sebagai Kabupaten Layak Anak selama tiga tahun berturut mulai tahun 2017, 2018, dan 2019 dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak RI

Pada tahun 2020, pemerintah kabupaten Klaten mendapat penghargaan *innovative government award (IGA)* dari Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri). Hal ini sebagai kado akhir taun Kabupaten Klaten.

2.2. VISI DAN MISI KABUPATEN KLATEN

VISI

“Mewujudkan Kabupaten Klaten Yang Maju, Mandiri Dan Berdaya Saing”

MISI

1. Mewujudkan sumber daya manusia yang cerdas, sehat dan berbudaya;

2. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih;
3. Meningkatkan dan mengembangkan ekonomi daerah yang lebih produktif, kreatif, inovatif dan berdaya saing berlandaskan ekonomi kerakyatan yang berbasis potensi lokal;
4. Meningkatkan kapasitas infrastruktur publik dan penyediaan kebutuhan sarana prasarana dasar sosial masyarakat;
5. Meningkatkan kapasitas pengelolaan dan kelestarian sumber daya alam yang selaras dengan tata ruang wilayah;
6. Mewujudkan tatanan kehidupan masyarakat yang berakhlak dan berkepribadian;
7. Meningkatkan kapasitas pengarusutamaan gender dan perlindungan anak; dan
8. Meningkatkan kapasitas pelayanan publik.

2.3 LAMBANG DAN MAKNA KABUPATEN KLATEN



Gambar 2.1 Lambang Kabupaten Klaten

A. ARTI LAMBANG KABUPATEN KLATEN

- Mahkota kerajaan:

Melambungkan kebesaran/keagungan cita-cita.

- Orang Yang Bersemedi Dengan Rambut Terurai, Kaki Berbentuk Pita Bertuliskan “Klaten”

Orang dengan tekad yang teguh dan suci menuju cita-cita Kab Klaten.

- Perisai warna kuning emas dengan bingkai segi lima warna putih

Menggambarkan perlindungan rakyat menuju jaman keemasan “Toto Tentrem Kerto Raharjo” dengan prinsip kebajikan, kejujuran, keadilan dan kebenaran.

- Padi dan kapas

Mencerminkan sandang dan pangan dari hasil pertanian dan perkebunan padi warna kuning emas jumlah 28 kapas warna putih jumlah 10

- Tulisan menyerupai huruf jawa

“Tumengo Toto Anggotro Raharjo “ artinya 0591 (1950) Hari jadi Pemerintah Kab Klaten (ditanah jawa) 28-10-1950

- Gunungan warna biru muda

Gunungan = pembukaan

Warna biru muda = warna cerah, tenang dan tenteram

yaitu tanda pembukaan berdirinya Pemerintah Kab Klaten dan membuka keadaan baru yang tenang dan tenteram.

➤ Rantai warna kuning melingkar dibatang pada dan kapas

Menggambarkan persatuan dan kegotong royongan rakyat.

➤ Bambu runcing dan api

Merupakan simbol perjuangan yang berkobar dan menyala menuju cita-cita yang suci dan mulia.

➤ Tugu warna putih

Diartikan sebagai peringatan dari perjuangan yang suci

➤ Pohon beringin beserta akarnya berwarna hijau

Simbol pengayoman dan perlindungan rakyat menuju keadaan sosial ekonomi yang merata, adil dan makmur.

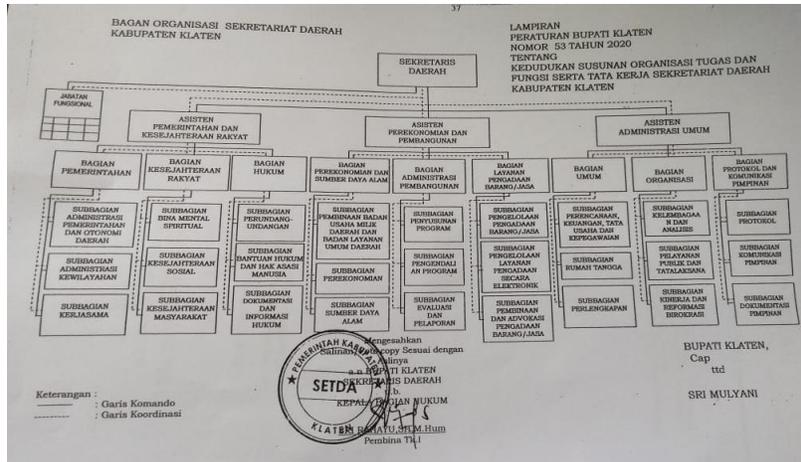
➤ Warna hitam pada dasar lambang

Hitam = kuat, tegas, kekal

Maksudnya lambang ini bersifat kuat, tegas dan kekal, baik isi maupun tujuannya.

2.4 PROFIL INSTANSI SETDA KABUPATEN KLATEN

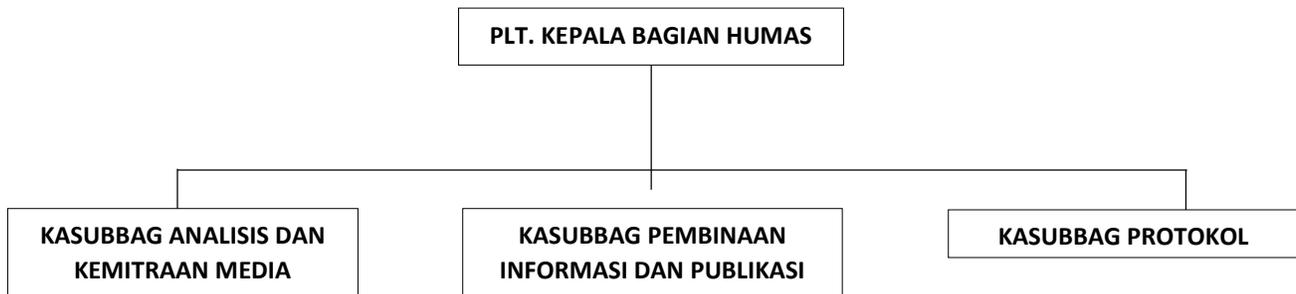
Bagian Humas merupakan salah satu bagian dari Sekretariat Daerah Kabupaten Klaten, seperti dalam Gambar 1.2.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Klaten

Berdasarkan Gambar 1.2, diketahui bahwa Struktur Organisasi Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Klaten Bagian Hubungan Masyarakat termasuk dalam Asisten Administrasi Umum.

2.5. PROFIL BAGIAN HUMAS PEMKAB KLATEN



Gambar 2.3 Struktur Organisasi bagian Humas Pemerintah Kabupaten Klaten

Bagian Hubungan Masyarakat memiliki tiga Sub Bagian diantaranya adalah Sub Bagian Protokol, Sub Bagian Analisis Kemitraan Media, dan Sub Bagian Pembinaan Informasi dan Publikasi.

2.6. Tugas dan Fungsi Pokok Bagian Hubungan Masyarakat

Berdasarkan Peraturan Bupati Klaten Nomor 40 tahun 2016 tentang Kedudukan Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Sekretariat Daerah Kabupaten Klaten.

Bagian Ketiga

Bagian Hubungan Masyarakat

Pasal 20

- (1) Bagian Hubungan Masyarakat sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 ayat (1) huruf b angka 3, dipimpin oleh Kepala Bagian yang mempunyai tugas menyelenggarakan program dibidang Analisis Kemitraan Media, Pembinaan Informasi dan Publikasi, Keprotokolan serta melaksanakan fasilitas perumusan kebijakan, koordinasi program dan pelayanan urusan komunikasi dan informatika statistic dan persandian, perpustakaan dan kearsipan.
- (2) Rincian Tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah sebagai berikut:
 - a. Mempelajari, menelaah peraturan perundang – undangan, keputusan, petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis sesuai dengan bidang tugas;
 - b. Mengordinasikan perumusan kebijakan teknis bidang analisis dan kemitraan media dan pembinaan informasi dan publikasi, dan keprotokolan serta urusan infromasi dan informatika, statistic dan persandian, perpustakaan dan kearsipan;

- c. Mengordinasikan pelaksanaan pengendalian dan evaluasi kebijakan bidang analisis kemitraan media, pembinaan informasi dan publikasi, dan keprotokolan serta urusan komunikasi dan informatika statistic dan persandian, perpustakaan dan kearsipan;
- d. Mengoordinasikan pelayanan administrasi bidang analisis dan kemitraan media, pembinaan informasi dan publikasi, dan keprotokolan serta urusan komunikasi dan informatika statistic dan persandian, perpustakaan dan kearsipan;
- e. Mengoordinasikan penyusunan progam Bagian dengan memberikan arahan kepada kepala SubBagian, mengacu pada indicator Kinerja Utama, Rencana Pembanguna Jangka Panjang Daerah, Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah, Rencana Kerja Pemerintah Daerah dan Rencana Strategis Kabupaten, Kebijakan Bupati dan kondisi obyektif sesuai ketentuan yang berlaku;
- f. Melaksanakan tugas sebagai Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kabupaten;
- g. Melaksanakan tugas dan sebagai juru bicara bupati/wakil bupati;
- h. Mengoordinasikan kegiatan keprotokolan Pemerintah Daerah;
- i. Mengoordinasikan kinerja bagian;
- j. Mendistribusikan tugas kepada bawahan sesuai bidangnya berdasarkan ketentuan yang berlaku;
- k. Mengoordinasikan penyusunan mekanisme prosedur kerja sesuai dengan bidang tugasnya;
- l. Mengoordinasikan pengelolaan kesekretariatan, meliuti: perencanaan, evaluasi, pelaporan, keuangan, umum dan kepegawaian;

- m. Mengusulkan, menunjuk, menetapkan dan melaksanakan pembinaan pejabat pengelolaan keuangan;
- n. Memberikan usul, saran dan pertimbangan kepada atasan sesuai dengan bidang tugasnya;
- o. Membina bawahan dalam pencapaian program bagian dengan memberi petunjuk pemecahan masalah agar bawahan mampu melaksanakan tugas jabatan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- p. Mengevaluasi dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan pada tahun yang sudah berjalan berdasarkan rencana dan realisasi sebagai bahan dalam penyusunan sasaran tahun sebelumnya;
- q. Menilai pencapaian sasaran kinerja pegawai yang menjadi bawahannya dengan jalan memantau dan mengevaluasi sasaran kinerja pegawai;
- r. Melaksanakan koordinasi dan kerjasama dengan perangkat daerah maupun pihak lain dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas;
- s. Mengevaluasi pelaksanaan tugas dan menginventarisasi permasalahan – permasalahan yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas, serta mencari alternative pemecahan masalah;
- t. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan terkait dengan tugas dan fungsinya dan;
- u. Melaporkan hasil pertanggungjawaban pelaksanaan tugas/ kegiatan kepada atasan.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS KABUPATEN KLATEN DALAM UPAYA MENGHASILKAN PEMBERITAAN POSITIF KEPALA DAERAH

Pada bab ini menjelaskan tentang penemuan penelitian mengenai Strategi Media Relations dalam upaya menghasilkan Pemberitaan Positif di Humas kabupaten Klaten. Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara mendalam (*deep interview*) dan menggunakan panduan wawancara (*interview guide*).

Membangun hubungan baik dengan media massa diperlukan beberapa strategi media relations. Hal ini bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan memahami antara Humas Kabupaten Klaten dengan media khususnya pada wartawan.

3.1 Melayani dan memahami media setiap saat

Pelayanan pihak Humas dengan wartawan dilakukan dengan berbagai kegiatan serta dalam waktu yang dadakan seperti yang disampaikan oleh Plt Kabag Humas Pandu Wirabangsa mengatakan bahwa pelayanan terhadap wartawan dilakukan setiap saat ketika wartawan membutuhkan informasi. Selain itu, dengan waktu yang dadakan Humas kabupaten Klaten tetap melayani wartawan. Di Humas kabupaten Klaten selalu memberikan informasi mengenai kepala daerah kepada wartawan. Fungsi Humas yakni melayani kepala daerah dan menjembatani kepala daerah dan wartawan. Kegiatan media dengan Humas yakni jumpa pers, kunjungan media, dan undangan dari beberapa media seperti Solopos dll.

Namun, pada dasarnya pelayanan yang paling dibutuhkan oleh wartawan yakni informasi mengenai kepala daerah. Menurut Taufik, wartawan dari Solopos pelayanan Humas terhadap wartawan sudah cukup baik. Pihak Humas juga menyediakan *door stop* untuk wartawan yang ingin langsung mewawancari kepala daerah (Bupati dan Wakil Bupati Klaten). Pelayanan *door stop* dilakukan ketika kepala daerah selesai acara kedinasan. Dalam pemberian informasi Humas kepada wartawan melalui chat pribadi dan whatsapp grup guna memudahkan komunikasi.

Selain itu, kegiatan Humas dengan wartawan salah satunya yang paling sering dilakukan selama pandemic Covid'19 yaitu kegiatan Jumpa Pers. Hal itu dipaparkan oleh Staff Humas sub bagian Analisis Kemitraan Media, Paidi bahwa kegiatan jumpa pers menjadi sarana komunikasi timbal balik antara kepala daerah seperti Bupati Klaten, Wakil Bupati Klaten dengan wartawan. Pelaksanaan jumpa pers dilakukan secara periodik. Jumpa pers diantaranya setelah pilkada tahun 2020, *press conference* satu kesembuhan covid'19 di Klaten yang di upload di Instagram resmi @humaskabklaten.



Gambar 3.1 Press Conference Bupati Klaten mengenai 1 kesembuhan positif Covid'19 yang di Upload di Instagram resmi @Humaskabklaten



Gambar 3.2 Jumpa Pers Bupati dan Wakil Bupati Klaten setelah Pilkada 2020

3.2 Membangun reputasi organisasi yang dipercaya media

Upaya membangun reputasi organisasi diwujudkan dengan adanya pemberian informasi yang jelas, akurat, dan terpercaya oleh media khususnya kepada wartawan. Hal ini sangat diperlukan dalam membangun kepercayaan dengan media dan masyarakat. Berikut pemaparan dari Mardon selaku wartawan dari Tribun Solo:

“Ketika membutuhkan informasi melalui Humas yang dipercaya seperti Pak Pandu, atau pak Wowok. Namun pemberian informasi terkadang belum memberikan informasi secara detail dan wartawan biasanya mencari informasi sendiri dengan mendatangi narasumbernya langsung” (*saat ditemui 20 April 2021*)

Sementara Taufik selaku wartawan dari Solopos mengatakan bahwa pihak Humas dalam memberikan *treatment* kepada wartawan juga berupa pemberian informasi mengenai kepala daerah ketika wawancara. Seperti misalnya “Bapak ini orangnya seperti apa, dan nanti waktu wawancara seperti ini”, mengingat Humas lebih dekat dan paham terhadap kepala daerah.

Pemberian informasi Humas kepada wartawan sesuai dengan kebutuhan, seperti yang disampaikan oleh Plt Kabag Humas, Pandu Wirabangsa mengatakan:

“Humas memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan wartawan, kami sifatnya fasilitasi terhadap wartawan mengenai informasi kepala daerah berupa jadwal agenda kegiatan kepala daerah. kan humas fungsinya untuk menjembatani wartawan dengan kepala daerah” (*saat ditemui 22 April 2021*).

Fungsi Humas dalam menjembatani wartawan dengan kepala daerah diwujudkan dengan pemberian informasi kepada wartawan secara jelas dan terpercaya berupa memberikan informasi jadwal kegiatan agenda kepala daerah serta memfasilitasi wartawan ketika akan wawancara dengan kepala daerah, misalnya bapak kepala daerah orangnya seperti ini nanti

ketika wawancara disarankan seperti ini. Hal ini bertujuan agar membangun hubungan / relasi yang baik.

3.3 Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat

Kebutuhan salinan informasi seperti foto dokumentasi, *press release*, dan video merupakan salah satu hal wajib yang diperlukan oleh wartawan. Dalam setiap agenda kegiatan kepala daerah terdapat *news value* sehingga perlu untuk diberitakan. Pihak Humas sebagai penyedia salinan informasi yang memadai dan akurat dibuktikan dengan pemberian salinan informasi seperti *press release* dan foto. Berikut yang diungkapkan oleh Taufik, wartawan dari Solopos mengatakan bahwa salinan informasi yang dibutuhkan wartawan yaitu foto dokumentasi. Namun, dari Humas juga memberikan *press release* kepada wartawan, *press release* yang diberikan tetap diedit dulu sebelum di muat karena harus melalui proses baca terlebih dahulu sebab medianya cetak (koran). Dari teman – teman media juga harus menunggu media cetak dahulu sebelum media online terbit.

Selain itu, dari pihak Humas dalam pembuatan *press release* tidak ada kendala dan langsung dikirimkan ke grub chat wartawan. Berikut pemaparan dari Paidi, Staff Humas sub bagian analisis kemitraan media:

“Sudah tidak ada kendala dalam pembuatan *press release*, dan langsung di *share* ke wartawan. *Press release* juga dilengkapi dengan dokumentasi foto biasanya kita mengirim minimal 2 foto yang satu sebagai cadangan, pengirimannya 1 jam sebelum acara selesai dan dari wartawan juga ikut liputan tapi juga masih mengharapkan *press release* Humas. Berita yang dimuat ya seputar agenda kegiatan Bupati Klaten dan pemerintah daerah secara umum” (*saat ditemui 26 April 2021*).

No	Tanggal Pembuatan <i>Press Release</i>	Judul <i>Press Release</i>
1.	10 Maret 2021	“Ilmu Penerawangan”Bupati Kalahkan Wartawan Bangun Klaten Makin Keren
2.	22 April 2021	Peringatan Kesiapsiagaan Nasional
3.	22 Mei 2021	Layanan BPN Klaten Pastikan Tetap Normal
4.	28 Mei 2021	Partispasi Aktif Kabupaten/Kota, jadi Harapan Penurunan Angka Prevalensi Stunting Nasional
5.	28 Mei 2021	MOU dengan Kejaksaan, OPD tenang dalam menjalankan tupoksinya
6.	31 Mei 2021	Pelatihan Dasar CPNS, Proses Awal Menuju Abdi Negara
7.	2 Juni 2021	Pemkab Klaten Gelar Musrenbang RPMJD tahun 2020-2021

Tabel 3.1 Pembuatan *Press Release* yang dikirimkan ke Wartawan

Sumber: Data Humas Setda Kabupaten Klaten, 2021



Gambar 3.3 Dokumentasi *Press Release* pihak Humas



Gambar 3.4 Dokumentasi *Press Release* Pihak Humas

3.4 Melakukan kerjasama dalam penyediaan materi informasi

Kerja sama yang dilakukan oleh pihak Humas dengan media yaitu *advertorial* Pihak Humas juga memiliki anggaran untuk publikasi. Beberapa penawaran dari media yang ditujukan kepada Humas. Berikut pemaparan Paidi, Staff Humas sub bagian Analisis Kemitraan Media:

“Humas dalam melakukan kerjasama dengan media itu terjalin dengan baik, dan paling sering rata – rata bagian *advertorial* atau berita berbayar. Biasanya periklanan dengan media cetak, dan semua ada anggarannya. Kemarin ada kerjasama dengan Solopos Online dengan penanyangan hampir 25 berita.” (saat ditemui 26 April 2021)

Setiap tahun dalam melakukan kerjasama antara pihak Humas dengan wartawan berbeda – beda disebabkan adanya anggaran yang telah ditentukan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Plt Kabag Humas Pandu Wirabangsa:

“Untuk kerjasama dengan media kan tiap taun beda, karena setiap tahun ada anggarannya jadi tidak semua media kita ajak kerjasama. Tapi pernah beberapa kali ke media tv metrotv, rcti, rri solo “ (saat ditemui 22 April 2021)

No.	Media Cetak
1.	Solopos
2.	Tribun Jogja
3.	Radar Solo
4.	Suara Merdeka
5.	Kedaulatan Rakyat

Table 3.2 Tabel Kerjasama Media Cetak

Sumber: Data Humas Setda Kabupaten Klaten, 2021

3.5 Menyediakan fasilitas verifikasi

Penyediaan fasilitas yang diberikan pihak Humas kepada wartawan berupa fasilitas untuk menunjang kinerja wartawan dalam membuat berita. Namun, fasilitas yang paling penting dibutuhkan oleh wartawan yaitu informasi. Berikut pemaparan dari Taufik, wartawan dari Solopos:

“Humas memberikan fasilitas yang memadai untuk wartawan. Fasilitas tersebut meliputi ruangan, computer, meja, kursi, dan wifi. Tapi dek sebenarnya, fasilitas untuk wartawan yang paling penting adalah informasi. Kesediaan Humas ketika wartawan membutuhkan narasumber dengan membuatkan jadwal bertemu dengan narasumber misalnya Bupati Klaten tergantung dengan kepentingannya seperti apa tapi untuk konfirmasi berita wartawan bertemu sendiri tanpa didampingi oleh Humas.” *(saat ditemui 20 April 2021)*

Pertemuan antara wartawan dengan kepala daerah pihak Humas memberikan fasilitasi berupa dibuatkan jadwal untuk bertemu. Plt Kabag Humas, Pandu Wirabangsa mengungkapkan

ketika wartawan membutuhkan narasumber dari Humas memberikan fasilitasi berupa membuat jadwal bertemu. Humas juga fleksibel dan terbuka terhadap wartawan.



Gambar 3.5 Fasilitas ruangan wartawan



Gambar 3.6 Ruang wartawan di Humas kabupaten Klaten

3.6 Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media

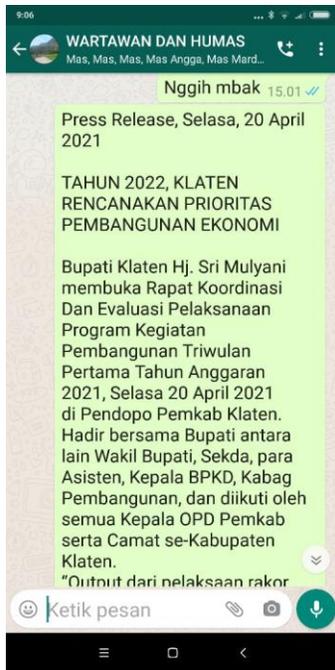
Membangun hubungan personal pihak Humas dengan wartawan dilakukan dengan adanya komunikasi yang intens seperti melalui tatap muka dan chat pribadi. Mardon, wartawan Tribun Solo mengatakan bahwa kegiatan komunikasi dengan Humas ketika urgent melalui chat pribadi. Selama pandemic intensitas berkurang karena ada yang WFH. Humas sering

mengunjungi ruangan wartawan untuk menanyakan fasilitas dan *sharing*, jadi ketika ada kritik serta saran bisa disampaikan.

Komunikasi antara pihak Humas dengan wartawan sangat diperlukan untuk keperluan informasi satu sama lain agar tercipta saling pengertian dan pemahaman. Seperti yang dipaparkan oleh Paidi, Staff Humas sub bagian Analisis Kemitraan Media bahwa pada dasarnya komunikasi yang paling sering dilakukan Humas dengan wartawan melalui whatsapp group dan chat pribadi seperti dalam pemberian *press release*, dan dokumentasi. Sementara Plt Kabag Humas, Pandu Wirabangsa mengungkapkan bahwa pihak Humas juga sering bertemu dengan organisasi wartawan seperti Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI). Namun, intensitas kegiatan tersebut selama pandemic berkurang.



Gambar 3.7 Screenshoot grub WA wartawan Klaten.



Gambar 3.8 Screenshoot Grub WA wartawan dengan Humas.



Gambar 3.9 Screenshoot Grub WA wartawan dengan Humas pengiriman *press release*

BAB IV

ANALISIS TEMUAN PENELITIAN

STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS KABUPATEN KLATEN DALAM UPAYA MENGHASILKAN PEMBERITAAN POSITIF KEPALA DAERAH

Pada bab ini meguraikan tentang analisis dan hasil temuan penelitian mengenai Strategi Media Relations dalam upaya menghasilkan pemberitaan positif di Humas Kabupaten Klaten. Pembahasan analisis ini dilakukan dengan mengkaji hasil wawancara mendalam (*interview guide*) yang akan dikaitkan dengan teori kehumasan.

4.1 Humas Kabupaten Klaten dalam melayani dan memahami media setiap saat

Hubungan antara Humas dan media bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan saling pemahaman. Pelayanan yang dilakukan oleh pihak Humas berupa untuk menjembatani antara kepala daerah dengan media. Menurut Ruslan (2017: 178) Seorang Humas harus mampu membangun hubungan media yang lebih serasi (*good press relations*), dengan prinsip hubungan yang positif juga diinginkan akan tercipta suatu hubungan yang saling menguntungkan anantara kedua belah pihak (*mutual symbiosis*).

Pelayanan pihak Humas Kabupaten Klaten juga dilakukan setiap saat ketika wartawan membutuhkan informasi. Pihak Humas juga menyediakan *door stop* untuk wartawan ketika ingin wawancara dengan kepala daerah (Bupati dan Wakil Bupati Klaten). Selain itu, dalam waktu yang dadakan pihak Humas tetap melayani wartawan. Seorang PR harus melayani media dengan menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh media massa dan selalu siap ketika wartawan / media membutuhkan informasi itu (Darmastuti, 2012: 46). Pemberian

informasi tersebut melalui whatsapp group dan chat pribadi guna memudahkan informasi. Kegiatan yang dilakukan oleh Humas dengan wartawan yaitu konferensi pers. Menurut Sambo (2019:14) praktiknya konferensi pers harus digelar pada tempat yang mudah dijangkau oleh wartawan media massa, untuk itu menentukan lokasi atau tempat konferensi pers harus dipertimbangkan secara matang. Pihak Humas dengan wartawan dalam menyelenggarakan acara konferensi pers dilakukan secara periodic dan ditempat yang mudah dijangkau. Konferensi pers kesembuhan 1 pasien Covid'19 diselenggarakan di halaman pemerintah daerah kabupaten Klaten, sementara pada konferensi pers setelah Pilkada 2020 diselenggarakan di rumah makan Kakung Sableng yang lokasinya dekat dengan gedung pemerintah daerah kabupaten Klaten. Selain itu, pihak Humas juga beberapa kali melakukan kunjungan media seperti di media Solopos dll. Namun, saat pandemic seperti ini intensitas kegiatan berkurang dan dibatasi,

4.2 Humas Kabupaten Klaten dalam membangun reputasi organisasi yang dapat dipercaya media

Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media diwujudkan dengan cara memberikan informasi yang jelas, terpecaya dan akurat. Kepercayaan (*trust*) dari publik termasuk dalam media massa dan wartawannya harus diciptakan, seorang PR harus menciptakan integritas dengan jangan pernah mengeluarkan pernyataan yang benar – benar salah atau bohong (Sambo, 2019:21).

Pihak Humas dalam menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhan wartawan. Pihak Humas juga memberikan informasi berupa jadwal agenda kepala daerah kepada wartawan. Wartawan dalam meminta informasi kepada pihak Humas terkadang belum detail sehingga wartawan mencari informasi sendiri dengan mendatangi narasumber. Media atau wartawan

dalam mencari informasi ke pihak Humas melalui pak Pandu dan pak Wowok. Pihak Humas juga memberikan informasi mengenai kepada daerah ketika wawancara, seperti misalnya kepala daerah ini orangnya bagaimana dan waktu wawancaranya seperti apa. Hal ini mengingatkan bahwa pihak Humas lebih dekat dan paham dengan kepala daerah. Seorang PR harus menyediakan dan memasok materi – materi yang akurat di mana saja dan kapan saja (Darmastuti, 2012:46). Sehingga hal tersebut dinilai dapat menciptakan komunikasi yang saling menguntungkan dan dapat memelihara reputasi.

4.3 Humas Kabupaten Klaten dalam menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat

Kebutuhan salinan informasi yang dibutuhkan wartawan berupa dokumentasi, *press release*, dan video. Hal ini bertujuan untuk menjalin hubungan yang baik dengan wartawan. Pihak Humas dalam menyediakan salinan informasi dengan menulis *press release* yang dilengkapi foto dokumentasi sebanyak 2 sebagai cadangan. Naskah *press relase* dan foto dokumentasi dikirimkan kepada wartawan dalam waktu 1 jam sebelum acara selesai. Seorang Humas dituntut untuk mampu menulis *press release* dengan menggunakan metode penulisan jurnalistik, yakni 5W+1 H dengan struktur penulisan kalimat berita dari “piramida terbalik”, logis, singkat dan efisien (Ruslan, 2017: 176).

Pihak Humas dengan wartawan dalam memberikan naskah *press release* dengan salah satu model *press relations* yaitu *Two Way Asymmetric* yang artinya dengan memahami nilai berita yang akan diterima jurnalis atau wartawan. Menurut Grunig (Darmastuti, 2012:51) Model *Two Way Asymmetric* model ini dilakukan biasanya dengan menetapkan tujuan terlebih dahulu,

praktisi PR yang menggunakan model ini mampu memahami nilai berita yang akan diterima jurnalis. Naskah *press release* dan foto yang dikirimkan oleh wartawan berupa agenda kegiatan kepala daerah (Bupati Klaten dan Wakil Bupati Klaten) sehingga layak untuk dimuat. Menurut Sambo (2019:22) naskah yang dikirimkan benar - benar menarik, memiliki nilai berita yang kuat dan layak dimuat pada semua media massa. Salinan informasi berupa naskah dan foto agenda kegiatan kepala daerah dikirimkan melalui whatsapp group humas dengan wartawan. Teknologi komunikasi yang semakin pesat ini meringankan dan memudahkan dalam wartawan untuk mengoreksi dan menyusun ulang dari suatu terbitan (Darmastuti, 2012:46-47).

4.4 Humas Kabupaten Klaten dalam melakukan kerja sama untuk penyediaan materi informasi

Kerja sama dalam penyediaan materi informasi pihak Humas dengan wartawan sangat dibutuhkan. Hal ini bertujuan untuk mempublikasikan suatu informasi organisasi kepada masyarakat. Upaya meningkatkan publikasi yang bertujuan untuk pengenalan (*awareness*), mencari publisitas (*publicity*), peluncuran suatu produk sehingga dapat melakukan kegiatan kampanye yang bertujuan untuk mempengaruhi komentar dan opini publik yang dilakukan oleh media massa (Ruslan, 2017:186). Pihak Humas dalam melakukan kerjasama berbentuk advertorial dan pariwisata di berbagai media massa seperti media cetak, media radio dan media tv. Format dalam bentuk advertorial ini lazimnya di mana perusahaan mempercayakan konten berita dengan tema tertentu yang ditulis oleh wartawan atau orang yang ditunjuk oleh instansi media (Sambo,2019:23).

Pihak Humas berkerja sama dengan media cetak diantaranya Solopos, Tribun Jogja, Suara Merdeka, Radar Solo, dan Kedaulatan Rakyat. Dalam melakukan kerja sama pihak Humas

juga memiliki anggaran setiap tahun yang berbeda. Oleh sebab itu, kerjasama dengan medianya berbeda setiap tahun. Pihak Humas bekerjasama dengan media Solopos Online dengan penayangan 25 berita dengan nilai nominal yang telah disepakati. Menurut Sambo (2019:23) ide dasar tulisan diberikan oleh tim PR lembaga, kemudian ditulis oleh penulis iklan yang telah ditentukan oleh media massa, setelah naskah rampung akan dievaluasi oleh tim PR yang akan disetujui untuk diterbitkan dengan ketentuan nilai nominal rupiah yang telah disepakati.

4.5 Humas Kabupaten Klaten dalam menyediakan fasilitas verifikasi

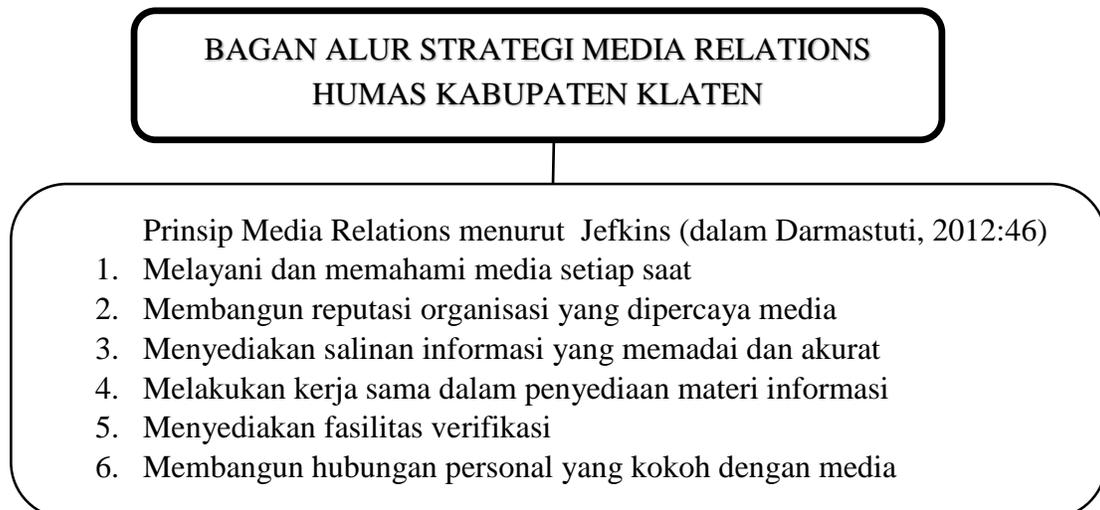
Pihak Humas dalam menyediakan fasilitas dengan tujuan untuk menunjang kinerja wartawan. Fasilitas yang disediakan berupa computer, wifi, meja, kursi, dan ruangan. Namun, menurut wartawan fasilitas yang paling penting adalah informasi. Pemberian fasilitas dengan tujuan untuk memudahkan wartawan melakukan liputan, lazimnya seperti setiap lembaga sudah disediakan ruang *press room* lengkap dengan fasilitas internetnya (Sambo, 2019:24).

Kesediaan pihak Humas dalam memberikan fasilitas verifikasi dengan membuat jadwal bertemu dengan kepala daerah (Bupati dan Wakil Bupati Klaten) tergantung dengan kepentingannya apa formal atau informal. Namun, wartawan dalam melakukan konfirmasi berita mereka bertemu sendiri tanpa didampingi Humas. Praktikanya seorang PR memberikan kesempatan kepada wartawan untuk melakukan verifikasi pada setiap materi yang mereka terima (Darmastuti, 2012:47). Sehingga dapat mewujudkan fungsi humas dalam menjembatani kepada daerah dengan wartawan.

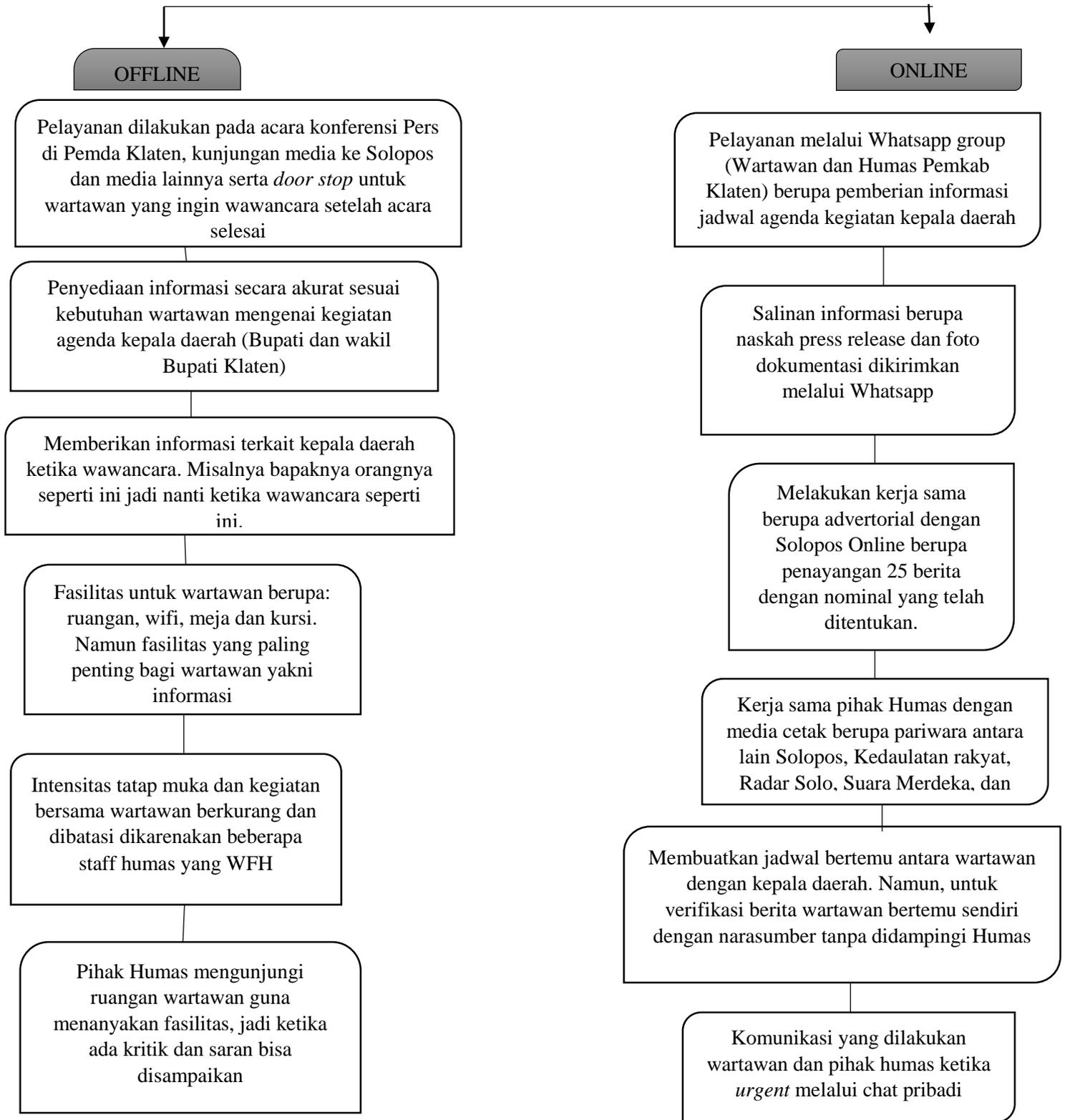
4.6 Humas Kabupaten Klaten dalam membangun hubungan personal yang kokoh dengan media

Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media dilakukan dengan tujuan menjalin silaturahmi dan komunikasi yang baik. Pihak Humas dengan wartawan dalam membangun komunikasi melalui chat pribadi dan whatsapp group. Menurut wartawan, pihak Humas sering mengunjungi ruangan guna menanyakan perihal fasilitasi dan ketika ada saran kritik bisa disampaikan. Teknologi informasi saat ini sangat membantu praktisi PR menjalin hubungan personal dengan para awak media dengan komunikasi yang simple, rileks, ringan dan penuh canda tawa dapat dilakukan melalui *group whatsapp* atau media social dan sebagainya (Sambo,2019:24). Selain itu, Pihak Humas juga membangun hubungan baik dengan organisasi profesi wartawan seperti Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI). Seorang PR disarankan mempunyai koneksi atau jaringan dengan organisasi profesi wartawan dan aliansi jurnalis Indonesia (Sambo, 2019: 30). Pihak Humas dengan wartawan dalam berkomunikasi bersifat fleksibel dan terbuka namun, disaat pandemic intensitas berkurang karena ada beberapa staff humas yang melakukan WFH (*Work From Home*). Hubungan personal yang kokoh dan positif dapat menimbulkan terciptanya dan terpeliharanya, hal ini apabila didasari dengan keterbukaan, kejujuran, kerja sama dan sikap saling menghormati profesi masing – masing (Darmastuti, 2012:47).

Berdasarkan analisis penulis diatas dapat dibentuk bagan sebagai berikut:



DIBAGI 2 ARAH SECARA:



Gambar 4.1 Bagan Alur Strategi Media Relations Humas Kabupaten Klaten

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini menerangkan tentang kesimpulan dan saran dari hasil serta analisis penelitian yang telah dilaksanakan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi media relations Humas Kabupaten Klaten.

5.1 Kesimpulan

Strategi media relations yang dilakukan oleh Humas Kabupaten Klaten dalam upaya membangun hubungan / relasi yang baik dengan cara sebagai berikut:

1. Humas Kabupaten Klaten dalam melakukan pelayanan kepada wartawan dengan waktu yang dadakan, mengadakan kunjungan media, mendapat undangan dari beberapa media, pihak Humas juga menyediakan jamuan makan untuk wartawan pada setiap event konferensi pers, dan menyediakan *door stop* untuk wartawan yang ingin langsung menemui kepala daerah.
2. Humas Kabupaten Klaten dalam membangun reputasi dengan memberikan informasi akurat dan jelas mengenai jadwal agenda kegiatan kepala daerah (Bupati dan Wakil Bupati Klaten). Humas kabupaten Klaten memberikan informasi mengenai kepala daerah ketika wartawan ingin wawancara.
3. Humas Kabupaten Klaten menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat berupa naskah *press release* dan foto dokumentasi dikirimkan kepada wartawan 1 jam sebelum acara selesai mengenai kegiatan kepala daerah dan pemerintah daerah kabupaten Klaten secara umum.

4. Humas Kabupaten Klaten dalam bekerja untuk penyediaan materi informasi dari berupa advertorial dan pariwisata. Humas melakukan kerjasama dengan media Solopos melalui penayangan 25 berita dengan nominal yang telah ditentukan.
5. Humas Kabupaten Klaten dalam penyediaan verifikasi berita berupa membuat jadwal bertemu antara kepala daerah (Bupati dan Wakil Bupati Klaten) dengan wartawan tergantung pada kepentingannya. Namun, untuk verifikasi berita wartawan bertemu sendiri dengan narasumber tanpa didampingi Humas.
6. Humas Kabupaten Klaten dalam membangun hubungan personal yang kokoh dengan media diwujudkan dengan komunikasi intens melalui Whatsapp group dan chat pribadi antara Humas dengan wartawan. Pihak Humas sering mendatangi ruangan wartawan untuk menanyakan mengenai fasilitas, sehingga jika ada saran ataupun kritik bisa disampaikan. Selain itu, pihak Humas juga membangun hubungan yang baik dengan organisasi profesi wartawan seperti PWI dan AJI. Namun, disaat pandemic intensitas bertatap muka berkurang dikarenakan ada beberapa pegawai yang WFH (*Work From Home*).

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, kelemahan di Humas Kabupaten Klaten yaitu tidak memaksimalkan kegiatan *media relations* lainnya karena hanya dua kegiatan yaitu konferensi pers dan kunjungan media, saran yang dapat diberikan adalah melakukan kegiatan *media relations* lainnya seperti *media gathering* atau pertemuan antara Pihak Humas dengan wartawan. Sehingga dapat mengakrabkan antara pihak Humas dan wartawan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Albi Anggito & Johan Setiawan, S. P. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi : Jejak Publisher

Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Sambo, M. (2019). *Media Relations Kontemporer Teori dan Praktik*. Jakarta : Prenada Media Group.

Darmastuti, R. (2012). *Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.

Ruslan, R. (2003). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Depok: Pt Raja Grafindo Persada.

Widarmanto, T. (2017). *Pengantar Jurnalistik*. Yogyakarta: Araska .

Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media .

Jurnal:

Setyomoko, B. (2019). Strategi Media Relations Humas Klaten dalam Membangun Citra Positif. komunikasi, 323-331. journal.student.uny.ac.id. Diakses pada 4 Februari 2021, Pukul 11.00

Nabila F.A (2020). Strategi Public Relations Humas Pemerintah Kabupaten Jember dalam Meningkatkan Citra Positif melalui Media Relations, Komunikasi, 113. digilib.iain-jember.ac.id. Diakses pada 29 Mei 2021, Pukul 15.00 WIB

Internet:

Web resmi Pemerintah Kabupaten Klaten, <https://klatenkab.go.id/>. Diakses pada 9 Desember 2020, pukul 10.00 WIB

<https://papua.tribunnews.com/2020/04/28/jadi-trending-twitter-karena-di-bansos-ada-foto-dirinya-bupati-klaten-tak-bermaksud-menumpang>, diakses pada 25 Februari 2021, pukul 09.00 WIB

<https://jateng.inews.id/berita/buntut-pasang-stiker-di-bansos-bupati-klaten-disanksi-kemendagri>, diakses pada 25 Februari 2021, Pukul 09.00 WIB

<https://jatengprov.go.id/beritadaerah/bupati-klaten-raih-penghargaan-anugerah-pers/>, diakses pada 25 Februari 2021, Pukul 09.00 WIB

<https://klatenkab.bps.go.id/statictable/2020/06/30/469/tingkat-pengangguran-terbuka-dan-tingkat-partisipasi-angkatan-kerja-tpak-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah-2017-2019.html>, diakses pada 25 Februari 2020, Pukul 09.00 WIB

<https://klatenkab.bps.go.id/statictable/2020/06/30/469/tingkat-pengangguran-terbuka-dan-tingkat-partisipasi-angkatan-kerja-tpak-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah-2017-2019.html>, diakses pada 25 Februari 2020, Pukul 09.00 WIB

LAMPIRAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
LEMBAGA PROGRAM STUDI DI LUAR KAMPUS UTAMA
(LPSDKU)

Jl. Prof. Soedarto, SH.
Tembalang Semarang Kode Pos 50275
www.psdku.undip.ac.id |
email:psdku@live.undip.ac.id

Nomor : 272 /UN7.6.3/AK/2021
Lampiran :
Hal : Ijin Penelitian

Yth. Kepala BAPPEDA Kabupaten Klaten
Di Tempat

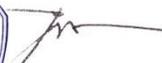
Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa PSDKU Universitas Diponegoro untuk menempuh ujian, maka setiap mahasiswa diwajibkan menyusun Tugas Akhir sehingga diperlukan data dari instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Pemerintah, ataupun Instansi swasta.

Sehubungan dengan pandemi COVID-19, kami selaku pihak Lembaga memohon dapat diizinkan melaksanakan penelitian yang sifatnya meminimalisir kontak langsung (*physical distancing*) dan wajib mematuhi protokol pencegahan penyebaran Virus Corona pada instansi yang Saudara pimpin, bagi mahasiswa PSDKU tersebut di bawah ini:

Nama : HILMYNIA RESTU NUR SHAHIBAH
NIM : 40011218060048
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Alamat Rumah : Tegal- gading RT 30 RW 11, Mireng, Trucuk,
Klaten.
No. Telepon/HP : 0856- 2947-4965
Judul Tugas Akhir : Strategi Media Relations dalam Upaya Menghasilkan
Pemberitaan Positif di Humas Kabupaten Klaten
Alamat Email : Hilmyniashahibah@gmail.com

Mengajukan permohonan penelitian di bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Klaten.

Demikian atas segala bantuan serta kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Semarang, 25 Maret 2021
Ketua Lembaga PSDKU

Dr. Redyanto Noor, M.Hum.
NIP 195903071986031002

Catatan: Form surat izin dibuat dalam satu halaman dan berformat PDF, berkas asli dikirim ke PSDKU

INTERVIEW GUIDE

STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM UPAYA MENGHASILKAN

PEMBERITAAN POSITIF

Dalam menyusun strategi media relations diperlukan beberapa langkah yang tepat dengan tujuan agar strategi berjalan dengan lancar dan efektif. Berikut beberapa strategi media relations menurut Frank Jefkins:

1. Melayani dan memahami media setiap saat
 - a) Bagaimana bentuk pelayanan humas terhadap wartawan?
 - b) Disaat pandemic ini, bentuk pelayanan humas terhadap wartawan seperti apa?
 - c) Apa yang dilakukan humas dalam melayani media?
 - d) Kapan saja pelayanan itu dilakukan? Apakah hanya saat peliputan?
 - e) Dimana pelayanan itu biasa dilakukan?
2. Membangun reputasi organisasi yang dipercaya media
 - a. Dalam hal menyampaikan informasi, apa yang dilakukan humas dalam penyampaian informasi terhadap wartawan ?
 - b. Bagaimana bentuk penyampaian informasi humas kepada wartawan?
 - c. Jika ada wartawan yang melakukan wawancara dengan humas secara mendadak, apa yang dilakukan humas?
3. Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat
 - a. Bagaimana bentuk penyediaan salinan informasi yang akan dibutuhkan wartawan?
 - b. Dalam pembuatan berita, dari humas mengirimkan press release kepada wartawan apa harus diedit terlebih dahulu sebelum diterbitkan melalui media online/cetak?

- c. Apabila terjadi krisis atau isu yang negatif apa yang dilakukan humas untuk meminimalisir pemberitaan tersebut?
4. Melakukan kerja sama dalam penyediaan materi informasi
 - a. Bagaimana bentuk kerjasama humas dengan media?
 - b. Jenis media massa apa dan berapa yang bekerja sama dengan humas?
 - c. Bentuk pemberian informasi humas seperti apa terkait dengan agenda atau kegiatan humas kepada wartawan?
5. Menyediakan fasilitas verifikasi
 - a. Dalam membutuhkan informasi, bagaimana kesediaan humas ketika wartawan membutuhkan narasumber untuk diwawancarai ?
 - b. Bagaimana bentuk fasilitas yang diberikan humas kepada wartawan ?
6. Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media
 - b. Apa saja kegiatan yang sering dilakukan humas terhadap wartawan?
 - c. Kapan saja kegiatan tersebut biasa dilakukan?
 - d. Di saat pandemic, kegiatan apa yang dilakukan humas terhadap wartawan?
 - e. Bagaimana kegiatan humas dalam mengadakan pertemuan dengan wartawan?
Acaranya seperti apa?
 - f. Apa humas sering diundang oleh media/ wartawan dalam acara tertentu?
 - g. Dalam bentuk komunikasi apa humas menjalin komunikasi yang personal dengan wartawan?
 - h. Apa humas memiliki komunitas bersama dengan wartawan? Jika ada komunitas seperti apa?

PRESS RELEASE 1: KAMIS 22 APRIL 2021 PERINGATAN KESIAPSIAGAAN NASIONAL

Bertempat di Pendopo Pemkab, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPPD) Klaten, Kamis 22 April 2021, selenggarakan Pembekalan Dan Penyusunan Skenario Simulasi Mandiri “Gempa Bumi” se-Kabupaten Klaten Dalam Rangka Hari Kesiapsiagaan Nasional 2021. Acara dibuka oleh Sekda Drs. H. Jaka Sawaldi, MM, dan diikuti oleh 70 orang peserta perwakilan dari unsur kecamatan, dunia usaha, pendidikan, kesehatan, dan pemerintahan.

“Maksud kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman bahwa bencana itu dapat terjadi kapan saja, dimana saja, tanpa ada orang tahu,” demikian disampaikan Sip Anwar, SE., M.Si, Kepala Pelaksana BPBD Klaten diawal laporannya.

Selanjutnya dijelaskan, tanggal 26 April 2021 akan diperingati sebagai Hari Kesiapsiagaan Nasional yang serentak akan dilaksanakan pada pukul 10.00 WIB. Untuk itu pihaknya minta kesediaan masyarakat membunyikan kentongan atau sirine sebagai tanda peringatan.

“Menedukasi masyarakat agar tahu apa yang menjadi kewajiban untuk memitigasi diri bilamana terjadi bencana sehingga akan menjadi selamat ketika terjadi bencana,” terang Sip Anwar terkait tujuan kegiatan ini.

Sementara itu Sekda Jaka Sawaldi dalam awal sambutannya mengingatkan, bahwa wilayah Klaten adalah daerah rawan bencana. Bencana nasional gempa bumi atau erupsi Merapi menjadi pelajaran berharga bagaimana pemerintah masyarakat serta komponen yang ada, harus pandai menyusun kesiapsiagaan dini, ada atau pun tidak ada bencana. Bencana mengharuskan kita untuk belajar dan berpikir atas apa yang harus kita lakukan menghadapi kondisi darurat.

“Bencana yang telah terjadi hendaknya menjadi pelajaran berharga bagaimana pemerintah, warga masyarakat beserta komponen yang ada, harus pandai menyusun kesiapsiagaan dini,” terang Sekda.

Diakhir sambutannya sekda berharap melalui kegiatan ini masyarakat sadar, banyaknya jumlah korban bencana salah satunya disebabkan oleh kepanikan dan kekurangiagaan dalam mengantisipasi datangnya bencana. Sehingga pengetahuan dan pemahaman terhadap karakter bencana serta tata cara bertindak saat bencana tiba, menjadiantisipasi awal yang bisa dipelajari **(Bagian Humas Setda Klaten).**

PRESS RELEASE 2:

ILMU PENERAWANGAN” BUPATI KALAHKAN WARTAWAN BANGUN KLATEN
MAKIN KEREN

KLATEN - Bupati Klaten, Hj Sri Mulyani mengajak seluruh wartawan yang bertugas di Kabupaten Klaten setelah Pilkada 2020, untuk bersatu kembali membangun Klaten keren, maju mandiri dan sejahtera. Yang sudah ya sudah, setelah pelantikan Bupati dan Wakil Bupati Klaten pada 26 Pebruari 2021 mari wartawan untuk Bersama-sama membangun Klaten.

Pernyataan Bupati Klaten Hj Sri Mulyani tersebut disampaikan kepada puluhan wartawan yang bertugas di Klaten pada acara silaturahmi antara wartawan Klaten dan Bupati Klaten Hj Sri Mulyani di Rumah Makan Kakung Sableng, Klaten, Rabu, 10 Maret 2021.

Acara yang diinisiasi Bupati Klaten Hj Sri Mulyani tersebut sekaligus sebagai tasyakuran kecil-kecilan setelah Hj Sri Mulyani dan H Yoga Hardaya SH MH dilantik sebagai Bupati dan Wakil Bupati Klaten Periode 2021-2026 oleh Gubernur Jawa Tengah, 26 Pebruari 2021 yang lalu.

Sambil bergurau Bupati Klaten, Hj Sri Mulyani mengatakan, pada Pilkada 9 Desember 2020 lalu kelihatanya “ilmu penerawangan” wartawan kalah dengan dirinya. “Wong calon jelas kalah kok didukung. Tapi yang sudah ya sudah, sekarang mari wartawan untuk bersama-sama kembali membangun Klaten yang makin keren, maju, mandiri dan sejahtera,” tutur Hj Sri Mulyani sembari tersenyum.

Pada kesempatan itu Bupati Klaten Hj Sri Mulyani mengajak wartawan Klaten melalui jari-jari manisnya untuk membuat berita yang baik dan menyejukkan bagi masyarakat Klaten. Bukan membuat berita yang bikin sesuatu yang kurang baik, karena kalau membuat berita yang kurang baik atau tidak baik ada kesan seolah wartawan senangnya hal-hal yang tidak baik.

Contonya, kata Bupati Klaten, Hj Sri Mulyani, kegiatan penancangan desa wisata candi di Polanharjo yang digagas oleh Polda Jawa Tengah dan Polres Klaten. Acara penancangan desa wisata candi tersebut sangat baik, karena dengan penancangan desa wisata candi akan mampu menggerakkan potensi wisata dan potensi ekonomi lainnya di desa wisata candi tersebut.

Bupati Klaten Hj Sri Mulyani pada kesempatan itu mengingatkan semua komponen masyarakat Klaten agar senantiasa mentaati protokol kesehatan pada Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mikro yang masih diperpanjang sampai 22 Maret mendatang. Sehingga Klaten yang kini berstatus zona oranye covid-19 segera menjadi zona kuning dan zona hijau sehingga warga bisa beraktifitas seperti semula.

Pada silaturahmi wartawan Klaten dengan Bupati Klaten tersebut, sebelumnya wartawan mengadakan dialog dengan Pelaksana Tugas (Plt) Kabag Humas Setda Klaten Pandu Wirabangsa, SH, MEng dan Kasubag Analisis dan Kemitraan Media Bagian Humas Setda Klaten Tri Nugroho Pujo Warono, SSTP. Beberapa wartawan yang hadir mengajukan berbagai pemikiran, gagasan, usulan dan masukan untuk kemajuan Bagian Humas Klaten serta perkembangan media di Kabupaten Klaten.

Beberapa wartawan yang menyampaikan usulan antara lain Djoko Sardjono dari Media Indonesia, Sri Warsiti dari Kedaulatan Rakyat, Sumarji dari klakon.com, Ponco Suseno dari Solopos dan Iwan Purwoko dari Metro TV.

Adapun beberapa masukan dan usulan wartawan antara lain perlunya press tour wartawan, peningkatan kapasitas wartawan dengan mengadakan latihan jurnalistik, peningkatan volume press release sesuai agenda Bupati dan Wakil Bupati Klaten. Kemudian juga ada yang usul agar press room wartawan Klaten di Kantor Bagian Humas Klaten dilengkapi AC, release perkembangan covid-19 ditingkatkan lagi agar terbit lebih awal dan beberapa masukan lainnya.

Pada acara silaturahmi dengan Bupati Klaten Hj Sri Mulyani tersebut wartawan yang hadir sebanyak 51 orang wartawan. Bupati Klaten Hj Sri Mulyani didampingi Asisten I Sekda Klaten dr Rony Roekmito, MKes dan mantan Ketua Cinta Damai Klaten Agus “Menco” Winarno yang juga mantan calon Bupati Klaten dari Partai Golkar yang berlaga pada Pilkada Klaten 2010 lalu.

Acara silaturahmi wartawan Klaten dengan Bupati Klaten dengan moderator Plt. Kabag Humas Pandu Wirabangsa, S.H.MEng dan kasubag Analisis kemitraan media Bagian Humas Setda Klaten Tri Nugroho Pujo Warono, S.STP dimulai pukul 10.00 WIB dan selesai pukul 12.15 WIB. KPJ
(Bagian Humas Setda Klaten)

Transkrip Wawancara

Informan : Plt Kabag Humas, Pandu Wirabangsa

Saya : Bagaimana pelayanan yang dilakukan humas terhadap wartawan pak?

Informan : Kalo pelayanan sifatnya komunikasi seperti pemberian informasi terkait dengan kepala daerah dan beberapa agenda kegiatan. Yang pasti memberikan ruang untuk wartawan dengan bupati, serta memfasilitasi wartawan seperti kegiatan jumpa pers.

Saya : Selain jumpa pers kegiatan yang lain, pak?

Informan : Fungsi humas kan melayani kepala daerah, dan menjembatani wartawan dengan kepala daerah. Sifatnya hanya fasilitasi, Humas tidak sering tapi pernah kunjungan ke media, dan pernah diundang juga. Pernah juga bertemu dengan organisasi PWI dan AJI. Tapi, selama pandemic kegiatannya berkurang.

Saya : Kapan biasanya kegiatan tersebut dilakukan?

Informan : Biasanya waktu peringatan HPN, tapi HPN taun ini dan taun kemarin tidak terlaksana. Dan juga biasanya pada acara tersebut mengundang dewan pers. Jumpa persnya terakhir setelah Pilkada kemarin.

Saya : Penyampaian informasi humas kepada wartawan ?

Informan : Lewat chat dan melalui grub dan kita tetep melayani wartawan dalam waktu mendadak. Karena biasanya *press* kan dadakan ya. Dan kami memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan wartawan.

Saya : Bagaimana kesediaan humas ketika wartawan membutuhkan narasumber, seperti misal Bupati Klaten?

Informan : Humas menyediakan ketika wartawan ingin bertemu dengan Bupati Klaten. Seperti menyiapkan jadwal untuk bertemu. Kami dari humas juga terbuka

Saya : Bagaimana bentuk salinan informasi humas kepada wartawan?

Informan : Dokumentasi, video, press release. Press release yang dikirimkan biasanya diedit dulu sebelum dimuat.

Saya : Bentuk kerjasama humas dengan media seperti apa?

Informan : Beberapa acara media yang melibatkan kepala daerah seperti pariwisata, media tv juga pernah tapi setiap tahun berbeda untuk kerja sama dengan media.

Saya : Treatment yang diberikan humas kepada wartawan?

Informan : Karena wartawan kan bentuknya mitra jadi yang paling penting komunikasi sering dilakukan.

Transkrip Wawancara

Informan : Taufik wartawan Solopos (media cetak)

Saya : Bagaimana pelayanan humas terhadap wartawan mas?

Informan : Pelayanannya sudah pas, bentuk pelayanannya seperti menyampaikan informasi seperti rapat, agenda Bupati, dan kegiatan positif. Humas juga memberikan jadwal kegiatan bupati.

Saya : Bentuk salinan informasi yang diberikan humas seperti apa?

Informan : Kalo saya minta dokumentasinya, dek. Biasanya humas juga ngasih *press release* ke saya. Sebelum di muat *press release* itu saya edit dulu karena maaf tidak semua wartawan itu ngedit. *Press release* itu diedit karena penggunaan bahasa antara humas dan wartawan beda serta yang paling penting proses baca karena media cetak (koran).

Saya : Fasilitas yang diberikan humas kepada wartawan ?

Informan : Menurut saya gini, dek. Fasilitas yang paling penting yaitu informasi, kalo yang lain seperti ruangan, wifi, computer itu udah bagus.

Saya : Pemberian informasi yang diberikan humas itu seperti apa mas?

Informan : Kalo dari saya sih yang penting informasi kegiatan kepala daerah, tapi tidak untuk data- datanya secara detail, biar fungsi wartawan seperti mencari, menyimpan, dan menyampaikan, salah satunya fungsi mencari agar itu tidak hilang.

Saya : Bagaimana kesediaan humas ketika wartawan membutuhkan narasumber untuk diwawancarai?

Informan : Ada beberapa narasumber yang harus ada protokoler yang mengharuskan lewat humas. Selama ini difasilitasi kalo mau ketemu humas membuatkan jadwal tergantung kepentingannya apa, dan kalo untuk konfirmasi berita selebihnya kita sendiri.

Saya : Kegiatan apa yang sering dilakukan humas dengan wartawan?

Informan : Kegiatannya jumpa pers beberapa kali, tapi karena pandemic kegiatan itu dibatasi. Menarik kalo semisal jumpa pers diadakan 6 bulan sekali biar tau progress Pemkab seperti apa. Kalo untuk pertemuannya ya dijadikan satu sama jumpa pers.

Saya : Bentuk komunikasi humas dengan wartawan seperti apa, mas?

Informan : Lewat chat kalo selama ini, dan humas itu fleksibel karena sering ketemu jadi lebih akrab. Selama pandemic ini berkurang intensitas tatap muka karena ada yang WFH. Humas juga sering menanyakan kepada wartawan terkait fasilitas, jadi kalo ada kritik bisa disampaikan dan untuk fasilitas udah cukup.

Saya : Apa humas ada kunjungan dan pernah humas diundang ke acara di media Solopos?

Informan : Pernah ada kerjasama dengan humas klaten seperti kegiatan bersama dengan Bupati. Dari humas juga pernah sampai ke Solopos.

Saya : Apa ada komunitas antara humas dengan wartawan semisal komunitas sepeda atau yang lain?

Informan : tidak ada, dulu pernah ada tapi udah lama tidak difungsikan lagi

Saya : Treatment apa yang diberi humas kepada wartawan ?

Informan : Wawancara kan butuh kenal dan paham dengan narasumber, dari humas kan lebih paham dan dekat seperti bapak ini orangnya seperti ini jadi nanti waktu wawancaranya seperti ini. Kalo soal jurnalistik itu pasti secara umum karena dari masing – masing media sudah dibekali.