

Adhianty Nurjanah
Wulan Widayari
Frizki Nurnisya

LOVE & HATE

Public Relations-Journalist

MEMBANGUN HUBUNGAN SEHAT
TANPA AMPLOP

Lingkar Media



LOVE & HATE

Public Relations-Journalist



Buku ini mengingatkan saya bahwa media punya adagium '*bad news is good news*' sehingga orang PR/Humas mesti punya jurus inovatif yaitu '*important news is good news*' agar dirinya tidak terjebak pada pola jalan pintas yang bersifat transaksional belaka dalam memproduksi isu yang bernilai berita positif menjadi tantangan tersendiri bagi praktisi humas, dan harus mampu mengalahkan logika jalan pintas menghadapi media.

Realitas hasil penelitian yang membuktikan bahwa budaya amlop ditanggapi secara beragam dan cenderung permisif membuktikan bahwa media hadir dalam berbagai tarikan kepentingan yang berada di luar dirinya. Obyektivitas dan netralitas isi berita menjadi sesuatu yang patut dikritisi juga oleh publik. Apabila media dinilai sebagai *watchdog* maka ia harus siap juga diawasi publik media. Di sinilah pentingnya literasi media agar praktek "kasih amlop" apapun alasannya dapat dieliminir dan mendewasakan profesional media. Semoga...

(Prof. Widodo Muktiyo : Ketua Perhumas Solo)



Public Relations dan Pers merupakan dua bidang profesi ataupun disiplin ilmu yang memiliki begitu banyak kemiripan ataupun titik persinggungan. Kedua jenis profesi dan / atau disiplin ilmu ini sering dianggap sama oleh sebagian orang, terutama mereka yang dari kalangan awam.

Ada pemeo yang berkembang di masyarakat bahwa orang pers cenderung mencari-cari keburukan karena menganut faham *bad news is good news*, sebaliknya PR justru menutup-nutupi keburukan. Padahal, yang sebenarnya tidaklah demikian. Baik awak Pers maupun PR *officer* memiliki acuan yang sama, yakni berpihak pada kebenaran. Pers baik adalah yang membela kebenaran, bukan sekadar mencari cela orang atau institusi. Pers modern justru lebih banyak memberitakan hal-hal yang baik, yang mampu menginspirasi orang lain. *Good news is good news*. Dalam menjalin kerja sama yang saling menguntungkan, hendaknya kedua profesi ini saling menghargai dan menghormati. Bila rekan pers telanjur mengendus ketidakberesan sebuah institusi, awak PR institusi hendaknya tidak justru menutup-nutupi persoalan, tapi hendaknya terbuka dan mengetengahkan solusi apa yang sedang ditempuh manajemen untuk mengatasinya.

(Ahmad Djauhar : Wakil Ketua Dewan Pers)

ISBN - 978-602-74373-3-3



9 786027 437333

LOVE & HATE PUBLIC RELATIONS – JOURNALIST
Membangun Hubungan Sehat Tanpa Amplop

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang No. 19 Th. 2002
All rights reserved

Penulis : Adhianty Nurjanah
Wulan Widyasari
Frizki Nurnisya
Layout : Linkmed

LOVE & HATE PUBLIC RELATIONS – JOURNALIST
Membangun Hubungan Sehat Tanpa Amplop

Diterbitkan oleh:
Penerbit Lingkar Media, tahun 2016
xiv +178 hlm; 14 x 20,5 cm
ISBN : 978-602-74373-3-3

Pencetakan:
Lingkar Media
Perum. Gunung Sempu Jl. Menur 187 RT 06
Bantul, Jogjakarta
Telp./SMS: 0856 4353 8043
Email: lingkarmedia17@yahoo.com

Dilarang keras memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin penulis dari penulis/penerbit.
Isi di luar tanggung jawab percetakan

KATA PENGANTAR

Prof. Widodo Muktiyo

Buku ini mengingatkan saya bahwa media punya adagium '*bad news is good news*' sehingga orang PR/Humas mesti punya jurus inovatif yaitu '*important news is good news*' agar dirinya tidak terjebak pada pola jalan pintas yang bersifat transaksional belaka dalam memproduksi isu yang bernilai berita positif menjadi tantangan tersendiri bagi praktisi humas, dan harus mampu mengalahkannya dengan jalan pintas menghadapi media.

Realitas hasil penelitian yang membuktikan bahwa terdang budaya amplop ditanggapi secara beragam dan cenderung permisif membuktikan bahwa media hadir dalam berbagai tarikan kepen-tingan yang berada di luar dirinya. Obyektifitas dan netralitas isi berita menjadi sesuatu yang patut dikritisi juga oleh publik. Apabila media dinilai sebagai *watchdog* maka ia harus siap juga diawasi publik media. Di sinilah pentingnya literasi media agar praktek seperti "kasih amplop" apapun alasannya dapat dieliminir dan mendewasakan profesional media. Semoga...

narasumber. Bahkan ada sebagian lagi yang menjadikan amplop sebagai tujuan utama saat wartawan meliput sebuah berita.

Buku ini mencoba untuk menjabarkan hubungan antara seorang *Public Relations* dengan rekan-rekan wartawan agar terjalin komunikasi *mutual understanding*, selain itu juga mencoba untuk mengupas fenomena kontroversi pemberian amplop baik dari sisi wartawan, kehumasan maupun asosiasi profesi yang menaungi kedua profesi tersebut.

Pada akhirnya, penulis menyadari masih banyak kelemahan dari buku ini yang harus dikritisi dan diperbaiki di masa depan. Kami juga berharap buku ini bisa memberikan manfaat dalam upaya membangun profesionalitas praktisi *Public Relations* dan Wartawan Indonesia sehingga PR – *Journalist* dapat membangun *media relations* yang sehat.

Terima kasih

Yogyakarta, Akhir Agustus 2016

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar Prof. Widodo Muktiyo	v
Kata Pengantar Wakil Ketua Dewan Pers	vi
Prakata Pengantar Penulis	ix
Daftar Isi	xiii
Bab I. <i>Public Relation</i> dan <i>Media Relations</i>	1
Apa itu <i>Public Relations</i>	6
Fungsi dan Peran <i>Public Relations</i>	9
<i>Media Relations</i>	17
Pengertian <i>Media Relations</i>	20
Tujuan <i>Media Relations</i>	22
Bentuk <i>Media Relations</i>	25
Karakter PR di Perguruan Tinggi	32
Bab II. Kasus-kasus pada <i>Media Relations</i>	39
Bab III. Amplop dan Wartawan	53
Alasan Wartawan Minta Amplop	68
Kompetensi Wartawan	80
Istilah Umum Seputar Amplop	83
Bab IV. Budaya Amplop dari Sisi <i>Public Relations</i>	85
Peran Asosiasi Profesi	99
Bab V. Membangun Hubungan Sehat PR – <i>Journalist</i>	109
Memahami <i>News Value</i>	112
Memahami Isu	117
Memahami Karakter Masing-masing Media	125
Terbuka dan Jujur	126
Pertemuan di Luar Berita	127
Bab VI. Penutup	131
Contoh-contoh <i>Media Relations</i>	137
Lampiran	143
Daftar Pustaka	175
Biografi Penulis	177

Nurudin, Hubungan Media, Konsep dan Aplikasi, Jakarta: Raja Grafindo Persada

Moleong J, Lexy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Ruslan, Rusady (2003). *Manajemen PR dan Media Komunikasi*, Jakarta : Raja Grafindo Persada

Wardhani, Diah (2008). *Media Relations (Sarana Membangun Reputasi Organisasi)*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Setiap Hari Terbit Lima Media Massa Baru Pasca-Reformasi (www.antarane.ws 15 Februari 2008)

Kenapa gaji jurnalis di Indonesia rendah? (www.merdeka.com 29 Mei 2015)

Gara-gara Artis Korea, Sandal Jepit Indonesia Jadi "Ngetop" (www.kompas.com 16 September 2014)

Uji Kompetensi Wartawan (dewanpres.or.id)

BIOGRAFI PENULIS



Adhianty Nurjanah lahir di Aceh 4 Desember 1978. Dosen Ilmu Komunikasi UMY Yogyakarta dengan bidang kajian *Public Relations*. Lulusan S1 dan S2 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta. Saat ini sedang melanjutkan studi doktoral (S3) di Program Penyuluhan Pembangunan Konsentrasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta. Aktif mengikuti seminar nasional dan internasional serta aktif menulis di berbagai jurnal nasional dan internasional dengan riset terkait PR dan CSR. Artikel terakhir pada jurnal internasional terindeks *scopus* dengan judul *Building and Empowering Community Through CSR Program In Indonesia*.

Saat ini tergabung menjadi anggota asosiasi profesi seperti Perhumas (Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia), ISKI (Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia) Jateng dan ASPIKOM Yogyakarta.



Wulan Widyasari adalah dosen prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Menyelesaikan S1 di Jurusan Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta dan S2 di Program Mass Communication University Kebangsaan Malaysia. Wulan sangat *concern* dengan penelitian-penelitian ber-

temakan jurnalisme, LGBTQ, media dan diversity (keberagaman). Tulisan terakhir berupa artikel dalam buku “*Diversity Concept – Diversity Politics*” yang diterbitkan di Hamburg, Jerman. Selain menulis karya ilmiah, Wulan juga beberapa kali menjadi pemakalah dalam seminar-seminar ilmiah di tingkat nasional maupun internasional.



Frizki Nurnisya, lahir pada 19 Juli 1986 di Bengkulu. Memiliki *passion* di bidang *Public Relations*. Lulusan S1 Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan melanjutkan studi S2 Pascasarjana Ilmu komunikasi Universitas Indonesia. Saat ini selain aktif mengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi UMY khususnya dikonsentrasi *Public Relations*, juga menjabat sebagai Kepala Urusan Humas di kampus yang sama. Ikut tergabung menjadi anggota Perhumas (Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia) serta menjadi salah satu penerima *Fellowship* Program PR Indonesia tahun 2016.