

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media di Indonesia sudah semakin maju, media massa memiliki dampak yang semakin besar terhadap kehidupan masyarakat saat ini, dampak media di kehidupan masyarakat dirasakan berbeda-beda tergantung bagaimana masyarakat menyikapi dampak tersebut, melalui media massa masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi dan berita yang mereka butuhkan. Kemudahan untuk mengakses informasi sudah diatur dalam UU No.14 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) oleh pemerintah pada tahun 2008 membawa konsekuensi terhadap ketentuan-ketentuan hukum yang melindungi hak atas informasi bagi warga negara Indonesia. Setiap badan publik diharuskan untuk memberikan informasi kepada publik yang seluas-luasnya secara transparan kepada masyarakat salah satu diantara lembaga publik tersebut adalah lembaga pemerintah. Dalam sebuah lembaga pemerintahan dibutuhkan suatu bidang atau biro yang bertugas mengelola dan menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan, peraturan, program dan hal-hal yang terkait dengan lembaga tersebut kepada masyarakat, salah satu bidang atau biro yang memiliki spesialisasi tersebut adalah hubungan masyarakat atau humas.

Keberadaan humas di instansi pemerintahan merupakan keharusan, baik secara fungsional maupun operasional yang mampu bertindak sebagai *public information*, *public affair* dan *public communication* dalam upaya penyebarluasan atau mempublikasikan tentang kegiatan dan program pembangunan pada instansi yang bersangkutan, baik ditujukan kepada publik internal maupun eksternal. Humas pemerintah bertugas menjaga keseimbangan komunikasi, memiliki kewajiban untuk membangun saling pengertian dan kerjasama yang baik antara instansi dengan publik agar terciptanya iklim organisasi yang baik, maka pada akhirnya humas dapat membangun citra instansi yang positif. Selain itu, humas juga memiliki fungsi sebagai jembatan atau media antara pemerintah dengan masyarakat memiliki tugas membangun suasana yang kondusif antara berbagai *stakeholders* internal dan eksternal instansi.

Sebagai seorang praktisi kehumasan yang sebagian besar kegiatannya adalah melakukan aktivitas yang berhubungan dengan masyarakat tentunya diharuskan memiliki kemampuan dalam berkomunikasi. Seorang praktisi humas tidaklah mungkin menjangkau masyarakat hanya dengan mengandalkan bertatap muka karena dibutuhkan tenaga dan biaya yang lebih besar pula. Selain memiliki keterampilan dalam berkomunikasi seorang praktisi humas juga harus menjalin hubungan yang baik dengan media massa, hal ini dikarenakan media massa melalui berbagai pemberitaannya mampu menjangkau masyarakat secara luas dengan waktu yang relatif singkat.

Darmastuti (2012:23) mengatakan bahwa media mampu memengaruhi masyarakat untuk membangun citra yang positif atau citra negatif dari seorang individu, organisasi, perusahaan bahkan negara. Salah satu upaya yang dilakukan oleh humas dalam membangun hubungan yang baik dengan media yaitu dengan melakukan *media relations*.

Kegiatan *public relations* (humas) dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan publik adalah kegiatan hubungan dengan pers (*media relations*) yakni membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media cetak (surat kabar, majalah) dan media elektronik (tv dan radio). Kegiatan *media relations* sangat penting dilakukan dikarenakan dapat mempermudah humas dalam penyebarluasan informasi kepada masyarakat. Sedangkan Menurut Frank Jefkins (2003:113) hubungan pers (*press relationns*) adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi PR dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Kabupaten Lombok Utara merupakan kabupaten baru yang terbentuk pada tahun 2008 diawal pemerintahan H. DJhoan Sjamsu, SH dan H. Najmul Ahyar, SH,MH sebagai bupati dan wakil bupati pertama di Kabupaten Lombok Utara periode 2010-2015 tentunya pemerintah Kabupaten Lombok Utara menyusun berbagai macam kegiatan, kebijakan, dan program-program

atau Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) baik program dalam bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, budaya, pariwisata, pembangunan dan lain-lain yang bertujuan untuk memajukan, membangun dan mensejahterakan masyarakat sesuai dengan visi dan misi pemerintah Kabupaten Lombok Utara.

Humas pemerintah sebagai mediator harus aktif dalam memberikan informasi yang aktual dan lengkap kepada pers dikarenakan media massa merupakan alat pendukung yang paling efektif untuk kepentingan publikasi dan publisitas. Berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam menginformasikan kebijakan, program dan kegiatan pemerintah Kabupaten Lombok Utara, keikutsertaan media sebagai mitra kerja pemerintah tentunya sangat dibutuhkan dalam upaya penyebaran informasi yang seluas-luasnya kepada *stakeholder* dan publik, informasi yang disampaikan melalui media diharapkan dapat membantu pemerintah dalam memberikan penerangan dan pemahaman kepada masyarakat.

Kabupaten Lombok Utara selama periode 2010-2015 dalam menjalin hubungan dengan media massa sangat baik terbukti masih belum ada pemberitaan negatif yang diberitakan oleh media massa. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan bagian informasi dan publikasi, terkait dengan pelaksanaan *media relations* yang dilakukan oleh humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara:

“Hubungan humas pemerintah Kabupaten Lombok Utara dengan media sangat baik, dan masih aman-aman saja. Dalam menjalin hubungan yang baik dengan media humas pemerintah Kabupaten Lombok Utara menjalin kerjasama dan melaksanakan berbagai kegiatan dengan media. Pemberitaan negatif dari media saat ini masih belum ada”. (Hasil wawancara dengan Aistaufik R.A, SIP subbagian humas dan memiliki jabatan sebagai penyusun bahan informasi dan publikasi pada tanggal 16 Juni 2016)

Hal ini juga dikonfirmasi langsung oleh kepala bagian humas dan protokol

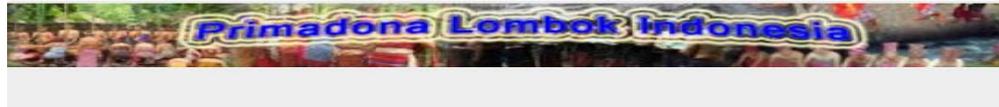
pemerintah Kabupaten Lombok Utara yakni:

“Hubungan humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara dengan media massa sangat baik, humas sebagai corong pemerintah Kabupaten Lombok Utara harus membangun hubungan yang baik dengan media dan selama satu periode atau lima tahun kepemimpinan pemerintah daerah Kabupaten Lombok Utara belum ada pemberitaan negatif dari media”. (Hasil wawancara dengan Ihwan Budiman, S.Pd, 14 Juni 2016)

Dari uraian wawancara di atas humas pemerintah Lombok Utara dalam Melaksanakan *media relations* selama periode 2010-2015 cukup baik terbukti belum ada pemberitaan negatif yang di beritakan oleh media massa. Humas sebagai corong pemerintah Kabupaten Lombok Utara harus transparan dalam memberikan informasi kepada masyarakat terkait kegiatan, dan program yang dilakukan pemerintah, melalui media massa pemerintah dapat dengan mudah memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada khalayak publik dan dapat dengan mudah menjangkau semua lapisan masyarakat. Adapun salah satu contoh bentuk pemberitaan positif yang diberitakan di media massa yakni:

Gambar 1.1

Informasi terkait penghargaan pemerintah daerah Kabupaten Lombok Utara



Rabu, 12 Oktober 2011

Pemerintah Pusat Apresiasi Pemda KLU



Lombok Utara - Dalam rangka mepercepat proses pengalihan PBB-P2 dan BPHTB menjadi pajak Daerah, Direktorat Jendral Perimbangan Keuangan Kementerian Keuangan RI adakan sosialisasi di Kabupaten Lombok Utara (KLU), Rabu (12-10-2011).

Dari Pemerintah Pusat hadir Anggota DPR RI Komisi XI, I Wayan Sugiana, MM., I Ketut Suastika, SE. MM. Kasi Bimbingan Pengawasan BJP Nusra, Jamiah Avis Kafat, SH. Kepala

(Sumber: Primadona Lombok diakses tanggal 21 Juni 2016)

Gambar 1.2

Informasi terkait prestasi yang diraih pemerintah Kabupaten Lombok Utara



Address : Jl. Anyelir 36A, Praya, Lombok Tengah, NTB, Indonesia
Whatsapp : 087864358889 | Twitter : @lombok_fm

RADIO LOMBOK FM,
Lombok Utara –
Pemerintah Kabupaten
Lombok Utara (KLU)
kembali menoreh
prestasi yang
membanggakan, Selasa
(31/5) lalu, melalui
Bupati Lombok Utara
Dr.H.Najmul Akhyar,
MH.

Menerima Penghargaan Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) untuk yang ke dua (2) kalinya bagi KLU dari Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia perwakilan NTB (BPK RI) atas Laporan Hasil Pemeriksaan Keuangan Pemerintah Daerah (LHP LKPD) tahun anggaran 2015. "Alhamdulillah kita kembali menoreh predikat WTP tahun ini, kita ikhtiarkan agar predikat ini mampu untuk terus kita pertahankan ditahun-tahun yang akan datang tentu dengan upaya yang maksimal,"ungkap Bupati KLU Dr. H. Najmul Akhyar.

Penyerahan LHP LKPD tahun anggaran 2015 itu disampaikan secara langsung oleh Kepala BPK RI Perwakilan Provinsi Nusa Tenggara Barat H.Wahyu Priono, yang Dilaksanakan di Aula Kantor BPK RI perwakilan Nusa Tenggara Barat, Selasa (31/05).

Wahyu Priono mengatakan perlu untuk dijelaskan bahwa laporan pemerintah daerah dan pemerintah

SHARE THIS

- Kepala ULP Lotim Bantah Pemenang Tender Jembatan Pancor Amatiran
- Hairul Warisin Perintahkan Inspektorat dan PPKA Agar Lakukan Pemutakhiran Data Per Pekan
- Hingga Pertengahan Ramadan, Kecamatan Sueli Jauh Dari Suara Petasan
- Fitra NTB Membantu Desa Pada Sistem Tata Kelola
- Fitra NTB Gelar Diskusi Bedah RKPDes dan APBDes Desa
- Izin Ke istri Pergi Tarawih Malah Pergi Nyabu
- Pengedar Narkoba Meresahkan Masyarakat

Terpopuler

- Hamil Ibu Kandung, Lelaki ini Ditangkap Polisi - dibaca 50,003 kali
- Daftar Upah Minimum Kabupaten dan Kota di Provinsi NTB 2015 - dibaca 12,444 kali
- NAMA, ALAMAT DAN NOMOR TELEPON SKPD KAB. LOMBOK BARAT - dibaca 8,539 kali
- SUAMI MUTILASI ISTRI, TEWAS DI TEMBAK - dibaca 7,554 kali
- Daftar Kantor Pemerintahan Provinsi Nusa Tenggara Barat : - dibaca 5,956 kali
- KARENA SAKIT HATI, SUAMI MUTILASI ISTRI -

(Sumber: Radio Lombok FM diakses tanggal 21 Juni 2016)

Dalam menjalankan *media relations* humas pemerintah Kabupaten Lombok Utara menjalin kerjasama dengan beberapa media massa diantaranya lima media cetak lokal, satu media cetak nasional (koran Radar Lombok, Radar Mandalika, Suara NTB, Lombok Post, Post Bali, dan Kompas) satu media elektronik lokal (TV 9), dua radio komunitas lokal (Primadona FM dan Gita Suara FM). Adapun kegiatan *media relations* yang dilakukan humas dan protokol Kabupaten Lombok Utara dengan media pada tahun 2010-2013 hanya melaksanakan beberapa kegiatan *media relations* saja yaitu mengirimkan *press release* setiap hari dan sepekan sekali, mengadakan jumpa pers setiap ada kebijakan dan program baru pemerintah, evaluasi pers dilakukan empat kali dalam setahun yang diadakan setiap bulan (April, Juli, Oktober dan Desember). Berbagai kegiatan *media relations* yang dilakukan humas pemerintah Kabupaten Lombok Utara dalam menyebarkan informasi tersebut selain untuk melaksanakan UU No.14 tentang Keterbukaan Informasi Publik juga bertujuan menjalin kerjasama yang baik dengan media massa untuk mendapatkan publisitas yang positif sehingga berdampak pada citra instansi yang positif di mata masyarakat.

Dari latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pelaksanaan *media relations* yang dilakukan oleh humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara pada tahun 2014, alasan peneliti memilih tahun 2014 dikarenakan pelaksanaan *media relations* pada tahun 2014 ini sangat baik dari tahun-tahun sebelumnya, selain pelaksanaan *media*

relations yang dilaksanakan humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara, pada tahun 2014 ini pemberitaan yang diberitakan oleh media massa juga mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Adapun jumlah berita yang dimuat di media massa pada tahun 2010-2015 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1.

Jumlah peningkatan pemberitaan oleh media cetak periode 2010-2015.

No	Media	Jumlah pemberitaan					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Radar Lombok	945	1.708	1.211	1.473	1.865	1.502
2	Suara NTB	350	650	767	820	1.112	500
3	Post Bali	561	912	621	879	1.123	780
4	Lombok Post	539	601	547	773	1.267	1.211
5	Radar Mandalika	773	1.528	1.071	1.122	1.595	1.112
6	Post Kota	411	312	321	240	396	235
7	Kompas	212	178	123	159	198	124

Sumber : Laporan Jumlah pemberitaan oleh media cetak tahun 2010-2015.

Dari data di atas pemberitaan yang dimuat di media pada tahun 2014 mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2010 sampai dengan 2013 dan tahun 2015. Saat ini telah banyak penelitian tentang kehumasan yang berobjek di Pemerintah Kota Yogyakarta, penelitian mengenai pelaksanaan *media relations* humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara tahun 2014 menjadi sangat menarik untuk diteliti, pada dasarnya penelitian ini serupa dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Deni Ayu Retnaningsih (2013) mahasiswa Universitas

Muhammadiyah Surakarta dengan judul “Strategi dalam *media relations* humas pemerintah Kabupaten Bora dalam mengoptimalkan fungsi publisitas”. Batas pembeda dengan penelitian ini dengan yang dilakukan peneliti yaitu fokus objek yang diteliti dengan meneliti strategi dalam *media relations* dalam mengoptimalkan fungsi publisitas yang dilakukan di humas pemerintah Kabupaten Bora. Sedangkan yang diteliti oleh peneliti yaitu pelaksanaan *media relations* humas dan protokol secara keseluruhan yang dilakukan humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara. Jadi dapat dikatakan penelitian ini menarik untuk diteliti mengenai bagaimana pelaksanaan *media relations* secara keseluruhan dan tidak hanya mengetahui strategi *media relations*nya saja.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pelaksanaan *media relations* yang dilakukan humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara Tahun 2014.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara tahun 2014
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat humas dalam melakukan *media relations* tahun 2014

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi terutama bidang kehumasan dalam melakukan *media relations* di lingkungan pemerintah Kabupaten Lombok Utara dan juga dapat menjadi salah satu referensi pada penelitian serupa selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi serta sebagai informasi dan acuan bagi organisasi maupun lembaga pemerintah khususnya bidang kehumasan dalam melakukan *media relations*.

E. Kerangka Teori

1. Humas Pemerintah

Pada dasarnya, humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang bersifat nonkomersial. Kebutuhan akan hadirnya tidak bisa dicegah terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan “banjir informasi” seperti saat ini.

a. Pengertian Humas Pemerintah

Keberadaan humas disuatu lembaga pemerintahan merupakan sebuah keharusan baik secara fungsional maupun operasional. Humas di instansi pemerintah memiliki tujuan utama yaitu mendukung kesuksesan visi dari lembaganya dengan cara menyebarkan informasi tentang kebijakan dan program serta aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat. Sesuai dengan peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomer 30 Tahun 2011 tentang pedoman umum tata kelola kehumasan di lingkungan instansi pemerintah menjelaskan bahwa humas pemerintah adalah lembaga humas atau praktisi humas yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi (persuasif, efektif dan efisien) untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif bagi instansi pemerintah.

Menurut Rachmadi (1992:77) humas dalam lembaga pemerintahan (departemen, lembaga nondepartemen, lembaga negara, BUMN) merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program, kegiatan-kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat. Humas pemerintah dibagi menjadi dua yaitu humas pemerintah pusat dan humas pemerintah daerah. Pada hakikatnya kedua humas ini memiliki tugas yang sama menyebarkan

informasi secara teratur, menerangkan dan mendidik publik mengenai perundang-undangan dan peraturan, menasehati pimpinan dalam hubungannya dengan reaksi atau tanggapan publik terhadap kebijaksanaan yang dijalankan, yang menjadi pembeda dari kedua humas ini adalah ruang lingkup.

Sedangkan menurut Rusalan Rosady (2001:311) perbedaan pokok antara fungsi dan tugas Hubungan Masyarakat (humas) yang terdapat di instansi pemerintah dengan humas non pemerintah (lembaga komersial) yaitu tidak ada sesuatu yang diperjual belikan (aspek komersial), walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan, tetapi lebih menekankan pada *public services* atau demi meningkatkan pelayanan pada umumnya. Humas pada intinya bertindak sebagai komunikator untuk mencapai tujuan membantu lembaga atau instansi yang diwakili sehingga terciptanya citra dan opini publik yang positif.

Menurut Kusumastuti Frida (2002:12) humas pemerintah pada dasarnya tidak bersifat politis. Bagian humas di institusi pemerintah dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan mereka memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana, hasil kerja yang telah dicapai instansi serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatu yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat.

Selain keluar, humas pemerintahan dan politik juga harus memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi pimpinan tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan, ataupun yang sedang diusulkan.

Selanjutnya mengenai kedudukan humas dalam lembaga pemerintah menurut Cultip dan Center dalam bukunya *Effective Public Speaking* dalam Rachmadi (1992:78) mengatakan bahwa idealnya humas itu dimasukkan dalam staf inti, langsung di bawah pimpinan (*decision makers*) atau *top managers*, supaya lebih mampu dalam menjalankan tugasnya. Dengan posisi itu, ia dapat mengetahui langsung latar belakang dari suatu keputusan yang diambil oleh pimpinan lembaga, sehingga ia langsung mendapat bahan informasi untuk disampaikan kepada publik yang bersangkutan.

Selain itu, humas juga bertugas menampung suara-suara atau tanggapan masyarakat mengenai kebijakan dan tindakan-tindakan yang diambil oleh instansi atau lembaga yang bersangkutan. Humas pemerintah merupakan bagian dari organisasi departemen/lembaga non departemen yang memainkan peran yang sangat penting dalam melaksanakan peran dan fungsinya, humas tidak terlepas dari bagian-bagian dari suatu badan/lembaga pemerintah. Menurut Dwijaja (1993: 71) hubungan masyarakat terbagi atas dua macam :

1. Hubungan masyarakat ke dalam (*internal public*)

Tujuan dari pada hubungan masyarakat ke dalam ialah pada hakikatnya untuk meningkatkan kegairahan bekerja para karyawan lembaga atau instansi yang bersangkutan. Hubungan pimpinan dengan karyawan di lembaga hendaknya bersifat harmonis, saling mengerti, saling mempercayai dan saling menghargai. Dalam hubungan masyarakat ke dalam ini, ada komunikasi vertikal (atas bawah) dan juga ada komunikasi horizontal (antar karyawan), kedua komunikasi ini harus berjalan harmonis. Adapun yang menjadi khalayak dalam hubungan internal ini adalah hubungan dengan karyawan, dan hubungan dengan pemegang saham suatu lembaga atau instansi tersebut.

2. Hubungan masyarakat keluar (*external public*)

Hubungan masyarakat keluar turut menentukan keberhasilan kegiatan hubungan masyarakat suatu lembaga. Hubungan masyarakat keluar ini sama pentingnya dengan hubungan masyarakat kedalam. Khalayak dari hubungan dengan masyarakat keluar ini adalah masyarakat sekeliling lembaga, pemerintah, pers dan sebagainya.

b. Peran Humas

Humas pemerintah di samping bertugas menyelenggarakan dan mengkoordinasikan lalu-lintas arus informasi kedalam dan keluar, humas juga berfungsi sebagai penyaring atau filter dari komunikasi timbal balik

dengan tujuan untuk menciptakan dan membina stabilitas sosial. Menurut John D. Millet dalam Ruslan Rosady (2001:311) mengemukakan peran humas/ PR dinas instansi atau lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal dalam melaksanakan tugas atau kewajiban utamanya, yaitu sebagai berikut :

1. Kegiatan untuk memberikan nasihat atau sumbang saran dalam menanggapi apa yang sebaiknya dapat dilakukan instansi/ lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*).
2. Kemampuan untuk mengusahakan terciptanya hubungan memuaskan antara publik dengan para pejabat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).
3. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/ instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what agency is doing*).

Sedangkan peran taktis dan strategi kehumasan pemerintah/BUMN menurut Ruslan Rosady (2001:314) menyangkut beberapa hal :

1. Tugas secara taktis (jangka pendek) humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum dan khalayak tertentu sebagai target sarannya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik dan kemudian memotivasi atau memengaruhi

opini masyarakat dengan usaha untuk “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan sasaran instansi/lembaga yang diwakilinya.

2. Tugas strategis (jangka panjang) humas yakni berperan serta secara aktif dalam proses pengambilan keputusan, memberikan sumbang saran, gagasan dan hingga ide-ide cemerlang serta kreatif dalam menyukseskan program kerja lembaga/insatansi yang bersangkutan dan hingga pelaksanaan pembangunan nasional dan berupaya untuk menciptakan citra atau opini masyarakat yang positif.

Menurut Rosady Rusan (2006: 142) humas dalam menjalankan peranannya melakukan berbagai strategi melalui beberapa aspek pendekatan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Fungsi humas menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar terciptanya saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya.

2. Pendekatan Kerjasama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (*internal relations*) maupun hubungan keluar (*eksernal relations*) untuk meningkatkan kerjasama. Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan

hubungan yang baik dengan publiknya (*community relations*) dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak.

c. Fungsi Humas Pemerintah

Fungsi pokok humas pemerintah menurut Widjaja (1993: 127). Pada dasarnya adalah :

1. Mengamankan kebijaksanaan pemerintah
2. Memberikan pelayanan/menyebarkan informasi dalam rangka meyakinkan masyarakat misalnya menterjemahkan kebijaksanaan pemerintah.
3. Menerima atau menampung informasi dari masyarakat
4. Menjadi komunikator aktif dalam rangka komunikasi dua arah
5. Ikut menciptakan iklim untuk mengamankan politik pembangunan.

Dalam Rachmadi (1992:82) dalam menjalankan fungsinya humas pemerintah pada dasarnya melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

1. Membina pengertian khalayak atas kebijakan instansinya. Dalam hal ini khalayak yang menjadi sasaran terdiri dari :
 - a) Khalayak internal atau karyawan di lingkungan instansinya sendiri
 - b) Khalayak eksteren seperti media masa, instansi lain, pemuka-pemuka masyarakat, dan masyarakat umum.

2. Menyelenggarakan dokumentasi mengenai kegiatan-kegiatan mengenai instansinya.
 3. Memonitor dan mengevaluasi tanggapan dan pendapat umum masyarakat. Humas harus melakukan komunikasi dan membina hubungan baik dengan masyarakat dari dialog yang dilakukan oleh humas dengan masyarakat itu akan lahir tanggapan-tanggapan dan pendapat masyarakat yang merupakan input yang berharga bagi instansinya.
 4. Mengumpulkan data dan informasi. Data dan informasi dapat diperoleh secara aktif, yaitu dengan mengumpulkan dan menghubungi pihak/sumber yang kompeten, dan dapat juga dilakukan secara pasif, yakni menerima dari berbagai sumber, hasil pengumpulan data kemudian diolah, dianalisis dan dibuat kesimpulannya hasil dari pengumpulan data dan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber akan dijadikan sebagai masukan dan evaluasi untuk mengambil keputusan yang tepat.
- d. Tugas Humas Pemerintah

Menurut Rachmadi (1992:78) humas pemerintah bertugas memberikan informasi dan menjelaskan kepada khalayak/publik mengenai kebijakan dan langkah-langkah atau tindakan yang diambil oleh pemerintah serta mengusahakan tumbuhnya hubungan yang harmonis antara lembaga/instansi dengan publiknya dan memberikan pengertian kepada

publik (masyarakat) tentang apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintah dimana humas berada dan berfungsi. Jadi pada dasarnya tugas humas pemerintah adalah :

1. Memberikan penerangan dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, langkah-langkah dan tindakan pemerintah serta memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa informasi yang diperlukan secara terbuka dan transparan.
2. Memberi bantuan kepada media berita (*news media*) berupa bahan-bahan informasi mengenai kebijakan dan langkah-langkah serta tindakan pemerintah termasuk fasilitas peliputan kepada media berita untuk acara-acara resmi yang penting. Pemerintah merupakan sumber informasi yang penting bagi media karena itu sikap keterbukaan informasi sangat diperlukan.
3. Mempromosikan kemajuan pembangunan ekonomi dan kebudayaan yang telah dicapai oleh bangsa kepada khalayak internal dan eksternal.
4. Memonitor pendapat umum tentang kebijakan pemerintah, selanjutnya menyampaikan tanggapan masyarakat dalam bentuk *feedback* kepada pimpinan instansi pemerintah yang bersangkutan sebagai input.

Sedangkan menurut Dimock dan Koenig dalam Ruslan Rosady (2004: 100), pada umumnya tugas dan kewajiban pihak humas lembaga pemerintahan adalah sebagai berikut :

1. Berupaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat (*public service*), kebijaksanaan, serta tujuan yang ingin dicapai oleh pihak pemerintah dalam melaksanakan program kerja pembangunan tersebut.
2. Mampu menanamkan keyakinan dan kepercayaan, serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya untuk melaksanakan program pembangunan di berbagai bidang seperti sosial, ekonomi, hukum, politik serta menjaga stabilitas keamanan dan ketertiban nasional.
3. Keterbukaan dan kejujuran dalam memberikan pelayanan serta pengabdian dari aparatur pemerintah bersangkutan perlu dijaga atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya masing-masing secara konsisten serta profesional.

e. Tujuan Humas Pemerintah

Menurut Dwijaja (1993: 71) pada dasarnya hubungan masyarakat bertujuan menanamkan serta mendapat pengertian, *good will*, penghargaan, dan kepercayaan dari publik lembaga yang bersangkutan baik internal maupun eksternal untuk akhirnya dapat diciptakannya opini publik yang *favourable* bagi kelanjutan kehidupan badan atau lembaga

tadi. Penerapan humas dalam suatu lembaga pemerintahan digunakan untuk menjembatani pemerintah dengan masyarakat baik masyarakat internal maupun masyarakat eksternal lembaga pemerintah tersebut.

2. *Media Relations*

a. Pengertian *Media Relations*

Menurut Frank Jefkins (1995: 89) *media relations* adalah usaha untuk mencapai pulikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Jefkins menjelaskan mengenai target *media relations* adalah capaian publikasi atau penyiaran maksimal atas informasi organisasi. Publikasi yang maksimal tidak hanya dari sisi jumlah media yang di muat melainkan penyampaian informasi yang lengkap, serta berada di posisi yang strategis atau mudah dibaca, didengar atau ditonton oleh pemirsa. Sedangkan menurut Rini Darmastuti (2012:42) *media relations* adalah hubungan dengan pers dalam arti yang luas, pers dalam artian luas mencakup semua media penyiaran yang ada seperti televisi, radio internet, surat kabar, serta majalah.

Sementara itu menurut Sam Black dan Melvin L. Sharpe dalam Wardhani diah (2008: 9) menjelaskan *media relations* lebih kepada hubungan antara organisasi dengan media. Definisinya adalah hubungan antara suatu organisasi dengan pers, radio dan televisi secara dua arah atau dua pihak. Selain praktisi humas dituntut untuk mengetahui hal-hal penting

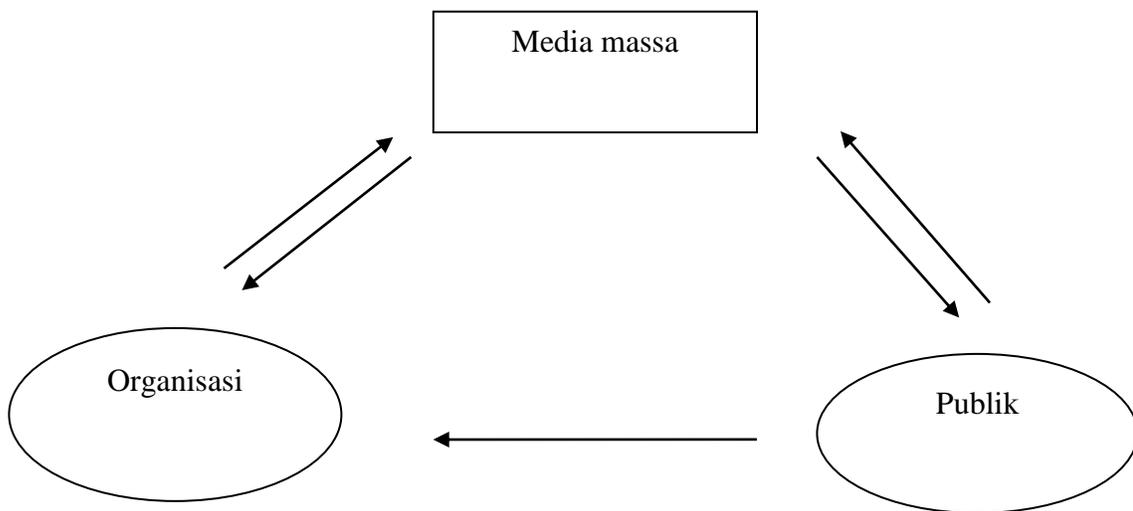
mengenai media massa terdapat prinsip-prinsip penting yang perlu diperhatikan oleh humas dalam rangka menciptakan hubungan yang baik dengan pers. Seperti yang dikemukakan oleh Frank Jefkins (1995:101) adalah sebagai berikut :

1. Memahami dan melayani media yaitu siapa dan bagaimana media massa itu. Memahami bagaimana cara kerja media dan khalayak dari media tersebut. Praktisi humas juga harus menyediakan informasi yang dibutuhkan dan siap setiap saat ketika media massa membutuhkan informasi.
2. Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya, humas senantiasa memberi materi-materi yang akurat dimana dan kapan saja sehingga humas meraih kepercayaan di mata jurnalis dan menciptakan komunikasi timbal balik yang menguntungkan.
3. Menyediakan salinan yang baik seperti foto yang baik, menarik, dan jelas.
4. Bekerjasama dalam menyediakan materi. Praktisi humas dan jurnalis dapat bekerjasama dalam mempersiapkan wawancara atau tamu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.
5. Menyediakan fasilitas verifikasi. Humas perlu memberikan kesempatan kepada jurnalis untuk membuktikan atas materi yang diterima.
6. Membangun hubungan personal yang kokoh suatu hubungan yang kokoh dan positif hanya akan tercipta dan terpelihara apabila dilandasi oleh

keterbukaan, kejujuran, kerjasama dan sikap saling menghormati profesi masing-masing.

Menurut Iriantara (2008:27) secara sederhana bila digambarkan arus komunikasi dalam praktik *media relations* itu akan muncul seperti berikut :

Gambar 1.3 Arus Komunikasi dalam *Media Relations*



Dari gambar di atas menunjukkan organisasi menyiapkan informasi, gagasan atau cerita melalui media massa kepada publik. Sedangkan publik bisa menyampaikan aspirasi, harapan atau keinginan melalui media massa pada organisasi.

b. Proses *Media Relations*

Organisasi dalam menjalankan *media relations* harus mengetahui kepentingan media. Hubungan *media relations* yang efektif adalah hubungan

yang memberikan *benefit* atau keuntungan bagi kedua belah pihak. Media mendapatkan informasi dan perusahaan akan tercapai tujuannya dalam menyebarkan informasi kepada publik melalui media. Menurut Wardhani (2008:151-152) proses *media relations* adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan

Perencanaan pada dasarnya merupakan usaha untuk mewujudkan sesuatu agar terjadi atau tidak terjadi pada masa depan. Oleh karena itu dalam kegiatan perencanaan biasanya memperhitungkan tindakan yang akan dilakukan dan sumber daya yang diperlukan seperti sumber daya *financial*, dalam perencanaan organisasi harus memperhitungkan aspek-aspek internal dan eksternal. Adapun tujuan perencanaan *media relations* adalah :

- a. Untuk membangun *image* dan reputasi yang positif perusahaan: dengan adanya acara rutin yang memiliki nilai berita yang tinggi maka hubungan dengan media akan semakin membaik.
- b. Untuk mengklarifikasi opini negatif yang kurang benar di masyarakat.
- c. Untuk mengalihkan perhatian publik dari isu negatif ke isu yang lebih positif. Dalam situasi perusahaan yang tidak bisa menghindari isu negatif di media massa, maka perusahaan dapat membuat agenda setting sendiri yang membuat publik juga melihat sisi lain perusahaan yang lebih positif.

- d. Untuk memudahkan media dalam menentukan kegiatan peliputan
- e. Menjaga hubungan yang baik serta mengevaluasi publisitas.

Menurut Lattimore (2010:212) mayoritas berita dan publisitas organisasi didasarkan pada perencanaan media, beliau juga menyatakan bahwa perencanaan media juga harus mendeskripsikan keadaan yang akan dihadapi perusahaan, menjelaskan tujuan dan sasaran, mengidentifikasi audiens utama serta menspesifikasi pesan kunci dan saluran media.

2. Implementasi

Sesuatu yang penting dalam melakukan implementasi adalah dengan melakukan monitoring. Pada dasarnya monitoring merupakan bentuk kontrol dan pengumpulan informasi mengenai tahapan capaian tujuan sebuah program atau kegiatan. Monitoring diperlukan untuk mengetahui apakah program berjalan baik atau tidak dan diperlukan untuk mengontrol kegiatan.

3. Evaluasi

Evaluasi merupakan keharusan ketika program atau kegiatan telah selesai dilakukan. Melalui evaluasi kita bisa mengetahui program atau kegiatan yang dilakukan berjalan baik atau tidak sesuai dengan target yang sudah ditentukan.

Menurut Lindelmann dalam Linggar Anggoro (2005:68) ada empat komponen penting yang harus di perhitungkan dalam mengevaluasi program *public realtions* yaitu :

1. Menetapkan sasaran dan tujuan komunikasi yang spesifik dan terukur walapun tak ada yang bisa benar-benar mengukur efektivitas apapun.
2. Mengukur keseluruhan (*output*) komunikasi. Biasanya keluaran diperlihatkan dengan apa yang terlihat, keluaran mengukur seberapa banyak organisasi dipandang oleh pihak luar.
3. Mengukur dampak hasil komunikasi.
4. Mengukur dampak institusional dalam melaksanakan evaluasi program atau kegiatan PR penting sekali mengaitkannya dengan capaian sasaran dan tujuan dari organisasi secara keseluruhan.

c. Strategi *Media Relations*

Strategi merupakan bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*) sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dari proses manajemen untuk memantapkan tujuan yang diinginkan dan pencapaian posisi atau dimensi yang sesuai perencanaan oleh pihak-pihak dalam organisasi yang bersangkutan. Strategi juga merupakan tujuan dari kegiatan humas yaitu mengupayakan untuk menciptakan persepsi para *stakeholders* dalam mendukung kegiatan tersebut. Konsekuensinya jika perencanaan tersebut berhasil maka akan diperoleh sikap tindak dan persepsi yang menguntungkan

dari *stakeholders* sebagai khalayak sasaran sehingga akan terciptanya suatu opini dan citra yang diharapkan (Ruslan, 2006:133-134).

Dalam praktik kegiatan *media relations* praktisi humas perlu juga membuat strategi guna menunjang program kegiatan yang telah disusun oleh seorang praktisi humas. Menurut Iriantara Yosol (2008:80-94) terdapat tiga strategi dalam membangun hubungan dengan media massa diantaranya:

1. Mengelola relasi

Menjalin relasi yang baik dengan media massa dimaksudkan agar organisasi dapat menjalin komunikasi dengan publiknya sekaligus mendengar suara dari publiknya. Oleh karena itu sangatlah penting menjaga relasi dengan media massa, strategi yang umum digunakan adalah menjalin hubungan yang baik dengan institusi media dan para wartawan. Dalam menjalin hubungan yang baik dengan media massa dan wartawan hal penting yang perlu diingat adalah hubungan dua profesi yang saling membutuhkan, agar terjalin hubungan yang baik maka perlu dilakukan komunikasi secara intens diantara kedua belah pihak. Misalnya contoh sederhana memberikan kartu nama agar memudahkan pihak media menghubungi kita manakala membutuhkan informasi.

Cutlip (2006:173) mengungkapkan hubungan media yang baik dapat diraih melalui kejujuran dan servis media yang sangat membantu, yang dibangun dalam atmosfer saling terbuka dan menghormati. Sebuah hubungan yang baik akan dapat diraih melalui beberapa prinsip dasar

yang terdiri dari tidak memihak, memberikan bantuan, tidak mencari-cari kesalahan, tidak menanyakan pertanyaan yang menjebak, tidak membanjiri media dengan publisitas dan terus menerus melakukan pembaharuan.

2. Mengembangkan strategi

Setelah relasi dengan media massa berjalan dan terpelihara dengan baik maka penting bagi seorang praktisi humas untuk mengembangkan strategi dalam menjalankan *media relations*. Adapun taktik-taktik yang digunakan untuk mengembangkan strategi yaitu :

- a) Terus menerus mengembangkan materi PR untuk media massa
- b) Menggunakan berbagai media massa untuk menyampaikan informasi kepada publik
- c) Membangun dan memelihara kontak dengan media massa
- d) Memosisikan organisasi sebagai sumber informasi yang handal untuk media massa
- e) Selalu berkoordinasi dengan bagian-bagian lain dalam perusahaan sehingga mendapatkan informasi yang muktahir

3. Mengembangkan jaringan

Pengembangan jaringan merupakan hal yang pokok dalam kegiatan *media relations*. Agogila dalam Diah Wardhani (2008:125) mengungkapkan pentingnya mengembangkan relasi dengan wartawan akan membuka peluang bagi kita dijadikan sumber berita. Intinya

membangun relasi dengan media massa untuk melapangkan jalan untuk mendapatkan perhatian dari media massa.

c. Program *Media Relations*

Menulis program adalah sebuah tantangan tersendiri ketika program tampaknya sangat mendukung tujuan organisasi, atasan akan tahu dan mengerti bahwa seorang humas telah melakukan pekerjaan sebagai dari tim manajemen (Cutlip, 2006:362). Dengan melakukan aktivitas *media relations* hubungan organisasi dengan media menjadi lebih baik dan positif. Diharapkan adanya hubungan dengan media maka akan mempermudah kedua belah pihak saling memahami situasi kerjanya masing-masing dan mendiskusikan hal-hal terbaik untuk kerjasama antara kedua belah pihak. Sedangkan aktivitas atau program *media relations* pada umumnya yang dijalankan oleh departemen *public relations* dan bentuk-bentuk kegiatannya menurut Soemirat Soleh (2010:128-129) adalah sebagai berikut:

1. Konferensi pers, tamu pers atau jumpa pers yaitu diberikan secara simultan/berbarengan oleh seorang pejabat pemerintah atau swasta kepada sekelompok wartawan bahkan dengan ratusan wartawan sekaligus. Syarat utama sebuah konferensi pers adalah berita yang disampaikan kepada wartawan sangat penting. Konferensi pers diselenggarakan bila ada peristiwa-peristiwa penting disuatu instansi, perusahaan, badan atas inisiatif sendiri atau permintaan wakil-wakil pers.

Konferensi pers akan kehilangan fungsinya bila berita yang disampaikan kurang penting, apalagi jika diliput juga oleh televisi dan radio.

2. *Press briefing* yaitu diselenggarakan secara regular oleh seorang pejabat PR. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang baru terjadi kepada pers, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan bila wartawan belum puas dan menginginkan keterangan lebih rinci.
3. *Press tour* yaitu diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu dan pihak pers diajak menikmati objek wisata yang menarik.
4. *Press release* atau siaran pers sebagai publisitas yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita. Istilah *perss release* mempunyai istilah yang sangat luas tidak hanya berkenaan dengan media cetak (surat kabar dan majalah) tetapi mencakup media elektronik (televisi dan radio). Istilah lain *press release* di sebut *news release* yang dikirimkan ke media massa dengan harapan dapat disebarluaskan sebagai berita.
5. *Special event* yaitu peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan PR yang sangat penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera publik seperti peresmian gedung, peringatan ulang tahun perusahaan. Kegiatan ini biasanya mengundang pers untuk meliputnya.

6. *Press luncheon* yaitu pejabat PR mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu top manajemen perusahaan/lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan/lembaga tersebut.
7. Wawancara pers yaitu sifatnya lebih pribadi/lebih individual. PR atau top manajemen yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan yang bersangkutan. Setiap wartawan yang mewawancarai mempunyai pertanyaan khusus yang diinginkan oleh medianya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek apa adanya. Menurut Denzin dan Lincoln (1998) kata kualitatif menyatakan penekanan pada proses dan makna yang tidak diuji, atau diukur dengan setepat-tepatnya, dalam istilah-istilah kuantitas, jumlah, intensitas, atau frekuensi (Ahmadi Rulam 2014:13-14).

Sementara menurut Moleong (2005) dalam Herdiansyah (2014: 9) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Menurut

Bogdan dan Taylor (1975) dalam Ahmadi Rulam (2014:15) metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif: ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri. Pendekatan ini langsung menunjukkan latar dan individu-individu dalam latar itu secara keseluruhan: subjek penyelidikan, baik berupa organisasi ataupun individu, tidak dipersempit menjadi variabel yang terpisah atau menjadi hipotesis, tetapi dipandang sebagai bagian dari suatu keseluruhan.

Sedangkan Menurut Patton (1980) dalam Ahmadi Rulam (2014:16) menegaskan bahwa data kualitatif adalah apa yang dikatakan oleh orang-orang yang diajukan seperangkat pertanyaan oleh peneliti. Apa yang orang-orang katakan itu menurutnya merupakan sumber utama data kualitatif, apakah apa yang mereka katakan diperoleh secara verbal melalui suatu wawancara atau dalam bentuk tertulis melalui analisis dokumen, atau reskonsurvei. Penelitian kualitatif sangat cocok dalam fenomena-fenomena yang tidak bisa diangkakan, tapi bisa dideskripsikan dalam bentuk bahasa atau ucapan oleh karena itu metode ini dianggap mampu membantu peneliti dalam memahami secara mendalam dan menjawab pertanyaan mengenai bagaimana *media relations* yang dilakukan humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara dijelaskan dengan pemaparan deskriptif. Pemaparan deskriptif ini sebatas menggambarkan se jelasnya situasi atau peristiwa atau kejadian-kejadian

selama penelitian dilakukan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan *media relations* oleh humas pemerintah Kabupaten Lombok Utara dan untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi humas pemerintah dalam pelaksanaan *media relations*

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Pemerintahan Kabupaten Lombok Utara yang beralamat di Jln. Lapangan Supersemar Tanjung Kabupaten Lombok Utara dengan waktu penelitian selama satu bulan. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah Humas Pemerintah Kabupaten Lombok Utara pada penelitian ini memfokuskan diri pada pelaksanaan *media relations* yang dilakukan humas dan protokol Pemerintah Kabupaten Lombok Utara tahun 2014

3. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Bungin (2001: 129) teknik pengumpulan data adalah bagian instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam

Menurut Moleong (2005) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas

pertanyaan tersebut. Gordon menambahkan dalam Herdiansyah (2009) mendefinisikan wawancara merupakan percakapan antara dua orang yang salah satunya bertujuan menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu. Sedangkan menurut Stewart & Cash (2008) wawancara diartikan sebagai sebuah interaksi yang di dalamnya terdapat pertukaran atau berbagai aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif, dan informasi (Herdiansyah Haris 2014:117). Wawancara dilakukan peneliti agar memperoleh informasi yang lengkap dan akurat mengenai bagaimana pelaksanaan *media relatios* humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara tahun 2014. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Kepala bagian humas dan protokol Kabupaten Lombok Utara Ihwan Budiman, S.Pd. Informan ini adalah orang pertama yang bertanggung jawab secara penuh terhadap kinerja humas dan protokol Kabupaten Lombok Utara serta memiliki jabatan tertinggi pertama dalam struktural kehumasan.
- 2) Kepala subbagian humas Eko Sekiadim, S.Sos. Informan ini adalah orang yang bertanggung jawab langsung terhadap segala aktivitas maupun kegiatan dari humas Kabupaten Lombok Utara maupun orang-orang yang berada dibawah tanggung jawabnya.

- 3) Subbagian humas Aistaufik R.A, SIP. Informan ini adalah orang yang memiliki tugas sebagai penyusun bahan informasi dan publikasi. dan berada dibawah struktural pertama dibawah kepala subbagian humas Pemerintah Kabupaten Lombok Utara.
- 5) Wartawan Angger Rico Winanda informan ini adalah salah satu wartawan Radar Mandalika yang bekerjasama dengan humas
- 6) Wartawan Taufik informan ini adalah salah satu wartawan Post Bali yang ditugaskan di Kabupaten Lombok Utara dan bekerjasama dengan humas dan protokol.

b. Dokumentasi

Menurut Herdiansyah (2009) dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2014:143). Dalam penelitian ini, data dokumentasi yang dicari berasal dari dua sumber yaitu dari dalam internal seperti kliping, laporan tahunan, *website* resmi, artikel dan foto dokumentasi kegiatan sedangkan dokumen eksternal seperti koran dan lain-lain.

4. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisir data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2009:244).

Menurut Miles & Huberman (1984) dalam Sugiyono (2009:246-253) terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif, proses pengumpulan data dilakukan sebelum penelitian, pada saat penelitian dan bahkan di akhir penelitian. Proses pengumpulan data sudah dilakukan ketika penelitian masih berupa konsep atau *draft*. Bahkan, Creswell (2008) menyarankan bahwa penelitian kualitatif sebaiknya sudah berpikir dan melakukan analisis ketika penelitian kualitatif baru dimulai maksudnya adalah peneliti telah melakukan analisis tema dan melakukan pemilihan tema (kategorisasi) pada awal penelitian. Intinya adalah proses pengumpulan data pada penelitian kualitatif tidak memiliki segmen atau waktu tersendiri, melainkan sepanjang

penelitian yang dilakukan proses pengumpulan data dapat dilakukan. Adapun pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam dan dokumentasi (Herdiansyah 2014:164).

2. Reduksi data

Inti dari reduksi adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Hasil dari wawancara, hasil observasi, hasil studi dokumentasi, dan/atau hasil dari FGD di ubah menjadi bentuk tulisan (*script*) sesuai dengan formatnya masing-masing. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2009: 247).

3. *Display* data

Pada dasarnya, *display* data adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas (yang sudah disusun alurnya dalam tabel akumulasi tema) ke dalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang sudah dikelompokkan dan diaktegorikan, serta akan memecah tema-tema tersebut ke dalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana yang

disebut dengan subtema yang diakhiri dengan memberikan kode (*coding*) dari subtema tersebut sesuai dengan verbatim wawancara yang sebelumnya telah dilakukan. Jadi secara urutan akan terdapat tiga tahapan dalam *display* data, yaitu kategori tema, subkategori tema, dan proses pengodean, ketiga tahapan tersebut saling berkaitan (Herdiansyah, 2014:167). Menurut Miles & Huberman dalam Sugiyono (2009: 249) dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

4. Kesimpulan/verifikasi

Kesimpulan/verifikasi dalam rangkaian analisis data kualitatif menurut Miles & Huberman dalam Sugiyono (2009: 252-53) kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kelapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya

masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis, atau teori.

5. Uji validitas Data

Validitas merupakan derajat ketepatan data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2009: 267). Adapun untuk menguji validitas data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi.

Triangulasi data berusaha untuk mengecek kebenaran data yang telah dikumpulkan dan berusaha mengecek kebenaran data tertentu dengan data yang diperoleh dari sumber lain. Menurut Bungin Burhan (2006:191) teknis triangulasi lebih mengutamakan proses dan hasil yang diinginkan. Sedangkan Wiliam Wiersma (1986) dalam Bungin Burhan (2006:191) triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini untuk mengukur keabsahan data yaitu dengan mengamati, mencocokkan data hasil wawancara dengan pihak eksternal.

6. Sistematika Penulisan

Guna mendapatkan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam setiap bab, adapun sistematika penulisan penelitian adalah sebagai berikut : BAB I yaitu Pendahuluan, pada bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan. BAB II, pada bab ini berisi tentang gambaran umum mengenai Profil Humas dan Protokol, Tugas dan Fungsi Pokok, Program dan Kegiatan serta Struktur Organisasi dan Profil Informan. Pada bab ini juga membahas mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang mengambil topik serupa dengan penelitian ini. BAB III yaitu Pembahasan pada bab ini akan dipaparkan pelaksanaan *media relations* humas dan protokol pemerintah Kabupaten Lombok Utara tahun 2014. Pada bab ini juga membahas mengenai hasil penelitian serta analisis peneliti dengan dipadukan pada hasil temuan data penelitian dan BAB IV Penutup yaitu pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.