

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* BAGIAN HUMAS SEKRETARIAT
DAERAH KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



RIAN HIDAYAT

NPM : 129110052
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2019**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Rian Hidayat
NPM : 129110052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Humas
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : *Aktivitas Media Relations* Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing materi dalam naskah skripsi ini telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 25 Juli 2019

Pembimbing I



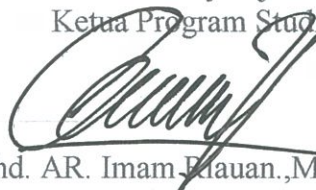
Dyah Pithaloka, M. Si

Pembimbing II



Al Sukri, M. I. Kom

Turut Menyetujui
Ketua Program Studi



Muhd. AR. Imam Fauzan, M.I. Kom

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Rian Hidayat
NPM : 129110052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat (Humas)
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Komprehensif : Sabtu / 10 April 2019
Judul Penelitian : *Aktivitas Media Relations* Bagian Humas
Sekretariat Daerah Kabupaten Meranti

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 25 Juli 2019
Tim penguji

Ketua



(Dyah Pithaloka, M. Si)

Sekretaris



(Dr. Fatmawati, S, IP, MM)

Anggota



(Dr. Abdul Aziz, S. Sos, M. Si)

Mengetahui,
Wakil Dekan I






(Cutra Aslinda, M. I. Kom)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Islam Riau Nomor : 0315/UIR-Fikom/Kpts/2019 Tanggal 05 April 2019 maka dihadapan tim penguji pada hari ini **Rabu Tanggal 10 April 2019 Jam : 13.00 – 14.30 WIB** bertempat diruang rapat dekan Fakultas Ilmu Komunkasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi mahasiswa atas :

Nama : Rian Hidayat
NPM : 129110052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Humas
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : *Aktivitas Media Relations* Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti
Nilai Ujian : Angka : “76,8” ; Huruf : “B”
Keputusan Hasil Ujian : Lulus
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dyah Pithaloka, M.Si	Ketua	
2	Dr. Fatmawati, S. IP, MM	Sekret/Notulen	
3	Dr. Abdul Aziz, S. Sos, M.Si	Penguji	

Pekanbaru, 10 April 2019
Dekan


Dr. Abdul Aziz, S.Sos, M.Si
NIP : 196506181994031004

HALAMAN PENGESAHAN

AKTIVITAS MEDIA RELATIONS BAGIAN HUMAS SEKRETARIAT DAERAH DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI

Yang diajukan oleh:
RIAN HIDAYAT
129110052

Pada Tanggal:
10 April 2019

Mengesahkan
DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI


(Dr. ABDUL AZIZ, S. Sos, M. Si)

Dewan Penguji,

Tanda Tangan,

Ketua Dyah Pithaloka, M. Si
Sekretaris Dr. Fatmawati, S. IP, MM
Anggota Dr. Abdul Aziz, S. Sos, M. Si



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rian Hidayat
Tempat/Tanggal Lahir : Selatpanjang, 02 Januari 1995
Npm : 129110052
Bidang Kosentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat/No HP : Jln.Bata Ujung No. 49 Kec. Tenayan Raya
085266566980
Judul Skripsi : *Aktivitas Media Relations* Bagian Humas
Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulisan saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah didaftarkan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan lain, kecuali pengaruh tim komisi pembimbingan.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari pada yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 25 Juli 2019

Yang Menyatakan



Rian Hidayat

PERSEMBAHAN

“Apakah kamu tidak memperhatikan orang-orang yang keluar dari kampung halaman mereka, sedang mereka beribu-ribu (jumlahnya) karena takut mati, maka Allah berfirman kepada mereka : “Matilah kamu”, kemudian Allah menghidupkan mereka. Sesungguhnya Allah mempunyai karunia terhadap manusia tetapi kebanyakan manusia tidak bersyukur. – Dan berperanglah kamu sekalian di jalan Allah, dan ketahuilah sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.

(Q.S. Al Baqarah : 243 - 244)

Kupersembahkan Skripsi ini kepada mereka yang telah berjasa:

Ayahanda dan Ibundaku tercinta, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku

Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat kupersembahkan kepada kalian semua,

Terimakasih beribu terimakasih kuucapkan.

Atas segala kekhilafan salah dan kekuranganku, kurendahkan hati serta diri menjabat tangan meminta beribu-ribu kata maaf tercurah.

Skripsi ini kupersembahkan.

MOTTO

"Bersungguh sungguh dalam menjalani ketaatan pada Allah".

berdasarkan, Qs. Al-Ankabut: 6 Allah berfirman,

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ

Artinya, "*Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri*"

Sungguh maha lembut Allah. Dia tidak akan menguji dan memberatkan hambaNya dengan sesuatu apapun di luar kemampuannya.

Hal ini telah dijelaskan dalam surat Al Baqarah ayat 286,

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya."

"Jalan hidup seorang Mahasiswa adalah warisan dan estimasi dari sang Dosen - BTS"

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kesehatan untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini. Selain itu shalawat beriring salam juga dikirimkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam jahiliah ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Pada kesempatan ini penulis membuat Skripsi dengan judul “**Aktivitas Media Relation Bagian Humas Kabupaten Kepulauan Meranti**”. Adapun usulan penelitian ini merupakan salah satu syarat yang penulis harus selesaikan dalam mendapatkan gelar kesarjanaannya dalam program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

Penulis juga mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadar bahwa usulan penelitian ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik dari segi isi maupun cara penulisannya. Penulis tidak menutup diri untuk mendapat kritik dan saran yang tentunya akan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini lebih baik lagi.

Dalam penulisan Skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Aziz, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

2. Ibu Dyah Pithaloka, M. Si selaku dosen pembimbing I (Satu) yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Al Sukri, M. I. Kom selaku dosen pembimbing II (Dua) yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terima kasih atas segala bantuannya.
5. Ari Kiswanto, Den Hendrik, Deri Septa, Galuh Prana Putra, Farah Ginna, Fenny Yastika Balqis, Gita Yulia Ghazani, Juwita Maharani, lulu Ilmamun Muhamad Reizki, Rannyta Trijupita Astuti Sari, Robby Hendrawan dan Sherli Marselina selaku teman Kampus yang telah memberikan semangat dalam proses pembuatan skripsi ini.
6. Agus Irwanto, Asrul Rahman, Bayu Pranoto, Firman Farera, Farhan, Hary Prabowo, Indah Cahyani Putri, Indah Nurmala Sari, Muhammad Irfan, Marlin, Melpha, Ayang, Romi Supandi, Srie Riyanti Astuti, Reza Rama Dana dan Yuliyu Novela, selaku teman terdekat yang telah memberikan semangat dalam proses pembuatan skripsi ini.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya terutama bagi penulis sendiri sehingga mendapatkan tambahan ilmu dalam bidang humas dikemudian hari serta semoga Allah SWT senantiasa memberikan limpahan kasih sayang kepada mereka yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Pekanbaru, 25 Juli 2019
Penulis

Rian Hidayat

DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Komprehensif Ujian	
Lembar Pengesahan	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan.....	i
Halaman Motto.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar dan Lampiran.....	viii
Abstrak.....	ix
<i>Abstract</i>	x
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian.....	8
C. Fokus Penelitian.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Literatur.....	11
1. Komunikasi.....	11
2. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	13
a. Pengertian <i>Public Relations</i>	13
b. Tujuan <i>Public Relations</i>	21
c. Fungsi <i>Public Relations</i>	22
d. Ruang Lingkup Pekerjaan <i>Public Relations</i>	23
e. <i>Public Relation Tools (Media Public Relations)</i>	26
3. <i>Media Relations</i>	28
a. Pengertian <i>Media Relations</i>	28
b. Tujuan <i>Media Relations</i>	29
4. Pers (Media).....	31
B. Definisi Operasional.....	33
C. Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	37
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	38

1. Subjek Penelitian.....	38
2. Objek Penelitian.....	39
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
1. Lokasi Penelitian.....	39
2. Waktu Penelitian.....	39
D. Sumber Data.....	40
1. Data Primer.....	40
2. Data Sekunder.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Wawancara.....	41
2. Observasi.....	41
3. Dokumentasi.....	42
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	42
G. Teknik Analisa Data.....	44
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Pemda Kabupaten Kepulauan Meranti.....	45
1. Sejarah Kabupaten Kepulauan Meranti.....	45
2. Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti.....	47
3. Struktur Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Meranti ...	48
B. Hasil Penelitian.....	50
1. Aktivitas <i>Media Relations</i> Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti dalam Menyampaikan Informasi Kepada Pers.....	50
a. Penerbitan Internal (<i>In-House Journal</i>).....	54
b. Memberikan Siaran Pers (<i>Press Release</i>).....	57
c. Memberikan Keterangan Pers (<i>Press Conference</i>).....	61
d. Mengadakan Jamuan Pers (<i>Press Gathering</i>).....	62
2. Hambatan Aktivitas <i>Media Relations</i> Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti dalam Menyampaikan Informasi Kepada Pers.....	65
C. Pembahasan.....	67
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	74

Daftar Pustaka
Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kerjasama Humas dengan <i>Media Relations</i>	7
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	34
Tabel 3.1 Subjek Penelitian	38
Tabel 3.2 Waktu Penelitian	40
Tabel 4.2 Kerjasama Humas dengan <i>Media Relations</i>	52



Daftar Gambar dan Lampiran

Gambar

Gambar 3.1 Model Data Analisis Interaktif.....	44
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Kepulauan Meranti.....	45
Gambar 4.2 Artikel “ <i>Exploring Meranti</i> ” oleh Bagian Humas Setda.....	55

Lampiran

Lampiran 1 : Surat Keterangan Pembimbing
Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian
Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian
Lampiran 3 : Perda Kabupaten Kepulauan Meranti No. 18 Th 2012



Abstrak

Aktivitas *Media Relations* Bagian Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti dalam Menyampaikan Informasi Kepada Pers

Rian Hidayat

NIM: 129110052

Salah satu tugas Bagian Humas di Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti adalah penyampaian informasi kepada pers yang mana setiap informasi atau berita yang berasal dari Bupati maupun Sekretariat Daerah serta pejabat di lingkungan sekretariat daerah yang perlu disampaikan dengan jelas dan tepat sehingga nantinya penyampaian informasi ke masyarakat tidak simpang siur jadinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas *media relations* bagian Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam menyampaikan informasi kepada pers. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hambatan dari aktivitas Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam menyampaikan informasi kepada pers. Teori pada penelitian ini menggunakan teori komunikasi Franks Jefkins mengenai *media relations*. Adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan humas itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, memasuki era globalisasi dan milenial ketiga saat ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif, Adapun subjek penelitian ini terdiri dari 4 orang *informant* yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian diadakan di Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa aktivitas *media relations* Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti melakukan *in-house journal*, *press release*, *press conference*, dan *press gathering*.

Kata Kunci: *Media relations*, Hubungan masyarakat, Sekretariat Daerah.

Abstract

Media Relations' Activities of Public Relations of Kepulauan Meranti District Secretary in Delivering Information to the Press

Rian Hidayat
NIM: 129110052

One of the tasks of the Public Relations Division in the Regional Secretariat of the Kepulauan Meranti Regency is the delivery of information to the press, where any information or news from the Regent and Regional Secretariat and officials in the regional secretariat need to be clearly and accurately conveyed to the public. finished. This study aims to determine how the activities of the media relations of the Public Relations of the Regional Secretary of Kepulauan Meranti Regency in conveying information to the press. This study also aims to determine the obstacles of the activities of Public Relations of the Regional Secretary of Kepulauan Meranti Regency in conveying information to the press. The theory in this study uses Franks Jefkins communication theory regarding media relations. There are both theoretical and practical indications that public relations activities are dynamic and flexible towards the development of the dynamics of people's lives that follow the progress of the times, especially entering the era of globalization and the current third. This study uses qualitative methods with the presentation of descriptive analysis, Subject of this study consisted of 4 informants who have been determined. The location of the study was held at the Regional Secretariat of Kepulauan Meranti Regency. The results of this study illustrate that the media relations activities of Public Relations of the Regional Secretary of Kepulauan Meranti Regency conduct in-house journals, press releases, press conferences, and press gatherings.

Keywords: *Employee Relations, public relations, regional secretary.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Dengan semakin baiknya tingkat pendidikan khalayaknya pada saat ini, maka membuat mereka mampu berpikir lebih kritis terhadap segala aktivitas yang dilakukan oleh pemerintahan termasuk dalam menanggapi informasi yang berasal dari pemerintahan yang bersangkutan. Atas dasar itulah, maka pemerintah dituntut untuk dapat mengemas informasi sebaik mungkin agar dapat memenuhi kebutuhan khalayaknya. Sehubungan dengan kegiatan proses pembuatan hingga penyampaian informasi yang berkaitan dengan pemerintah, maka sangat perlu dibentuknya suatu bagian dari pemerintah yang mempunyai peran khusus untuk mengelola kegiatan komunikasi yaitu *public relations*.

Bagi praktisi *public relations* atau pejabat hubungan masyarakat (humas), *media relations* merupakan sebuah keharusan. Bahkan, Jerry Dalton Jr, salah seorang manajer komunikasi perusahaan di *Aircraft Company* mengatakan bahwa humas memiliki peranan penting dalam menjalin hubungan dengan media (Nurudin, 2008: 12). Hal tersebut tidaklah keliru, tapi juga tidak sepenuhnya benar. Memang salah satu tugas yang dipikul seorang humas adalah menangani wartawan. Tujuan pemerintah menjalin hubungan baik dengan publik bisa beragam. Satu diantaranya adalah untuk meningkatkan atau menjaga citra pemerintah di mata publik dengan media relations. Ataupun untuk mempertinggi atau memelihara reputasi pemerintah.

Keberadaan *public relations* dalam suatu pemerintah tidak hanya bertugas untuk membuat maupun menyampaikan informasi kepada khalayak saja, tetapi *public relations* juga membantu dalam mencapai tujuan-tujuannya. Bahkan petugas yang bertugas dalam bidang *public relations* ini dituntut untuk mampu menjembatani tujuan dengan khalayaknya agar tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak (Effendi, 2002: 134).

Media sebagai alat penyampai informasi kepada khalayak dalam jumlah yang besar mempunyai peranan yang sangat penting karena media juga merupakan alat pembentuk pemahaman khalayak terhadap realitas sosial, pembentukan sikap dan perilaku sehingga diperlukan praktik *public relations* untuk mengelola masalah ini. Dari sejarah tersebut maka sampai sekarang ini masih dominannya pandangan bahwa *public relations* identik dengan *media relations* (Iriantara, 2005: 12).

Media relations yang dikenal dengan menjalin hubungan baik dengan media merupakan salah satu cara untuk menjaga dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi di mata publik. *Media relations* merupakan barometer atau tolak ukur mengenai berhasil tidaknya dari satu fungsi atau tugas *public relations*, yakni untuk menilai efektif tidaknya pekerjaan pada sebuah lembaga atau institusi. Namun demikian, harus ditekankan pula bahwa *media relations* hanyalah merupakan bagian dari *public relations* (Iriantara, 2005: 28).

Upaya terpenting untuk mencapai sebuah bentuk publikasi yang baik, penyebarluasan informasi mengenai berbagai program kebijakan yang

menyeluruh dan hubungan yang harmonis dengan masyarakat dapat ditempuh melalui pembinaan hubungan yang baik dengan pers (Darmastuti, 2012: 25).

Dalam menjalin komunikasi dengan publik, pemerintahan memerlukan media massa, ada dua sisi yang hendak dijangkau melalui *media relations* pertama, menjalin hubungan baik dan berkomunikasi dengan media massa. Kedua, menjadikan media massa sebagai mitra agar pemerintah bisa berkomunikasi dengan publik-publiknya. Itu sebabnya, *media relations* menjadi sangat strategis. Lebih jauh lagi, dalam berkomunikasi dan menjalin relasi itu, organisasi pun menggunakan media untuk menjaga reputasinya (Iriantara 2005: 248).

Hubungan dengan media itu dilakukan bukan hanya dijalin sebagai solusi setelah timbul masalah. Di era keterbukaan seperti sekarang ini media memiliki peran yang sangat vital dalam setiap sendi kehidupan, sebagai partner pembangunan, media massa juga diharapkan memiliki hubungan yang harmonis dikalangan pemerintahan (Darmastuti, 2012: 25).

Dapat disimpulkan bahwa peran media sangat penting terhadap aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah di Kabupaten Kepulauan Meranti untuk memberitakan apa yang sedang berkembang atau program-program yang sedang berjalan di Pemerintahan tersebut. Media dapat menjadi sumber kekuatan karena media merupakan alat kontrol manajemen serta inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan untuk memberi pengaruh.

Berdasarkan pra observasi yang dilakukan peneliti, terdapat adanya ketidakefektifan antara media terhadap pemerintah, berdasarkan asumsi awal peneliti menyatakan bahwa didalam suatu pemerintahan khususnya di daerah tersebut terdapat permainan antara media dengan pemerintah karena mereka telah terlibat kontrak, maksudnya yaitu ada beberapa media yang telah dikontrak untuk meliput kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah yang berguna untuk memberikan informasi yang baik-baik saja kepada masyarakat atau pembaca dikarenakan terkait kontrak tersebut.

Asumsi ini diperkuat dari salah satu kutipan pada media online www.riaukontras.com yang menyatakan bahwa Kasubag bagian kerjasama media, Yusran SE menyatakan bahwa ada 5 media besar yang tidak bisa dikurangi bayarannya. Hal ini yang mengindikasikan bahwa semakin besarnya bayaran yang diterima oleh suatu media besar kemungkinan juga pemberitaan yang disajikan adalah berita yang berkaitan dengan hal-hal yang positif saja. (<http://www.riaukontras.com/read-510-7433-2018-02-25-kasubag-kerjasama-media-yusran-se-ada-5-media-besar-tak-bisa-di-kurangi-bayarannya.html>)

Kemudian, hal inilah yang menyebabkan pemunculan citra negatif yang dimiliki pemerintahan Kabupaten Kepulauan Meranti dikarenakan tidak dapat menyamaratakan mengenai masalah pembayaran terhadap media tersebut. Citra negatif ini muncul ketika humas pemerintahan tidak mendengarkan keluhan dari para wartawan, padahal apapun proses kerja dari humas pemerintahan sangat sensitif dan sangat mudah diangkat menjadi tajuk media dalam penggiringan opini publik. Hal ini disebabkan munculnya

ketidakpuasan dari media-media lain yang telah menjalin relasi terhadap pemerintahan di Kabupaten Kepulauan Meranti, karena apa yang di inginkan oleh media online tersebut tidak dapat tercapai.

Disamping itu, bagian Hubungan Masyarakat (Humas) mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Melaksanakan analisis dan penyiapan rancangan kebijakan dalam bidang hubungan masyarakat.
2. Pelaksanaan analisis dan penyiapan rancangan kebijakan pengelola informasi.
3. Pelaksanaan analisis dan penyiapan rancangan kebijakan penyelenggaraan dan pengelola dokumentasi.
4. Pelaksanaan analisis dan penyiapan rancangan kebijakan penyelenggaraan publikasi.
5. Penyelenggaraan kegiatan keprotokolan daerah.
6. Penyelenggaraan tata usaha bagian hubungan masyarakat.

Salah satu tugas Bagian Humas di Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti adalah penyampaian informasi kepada pers yang mana setiap informasi atau berita yang berasal dari Bupati maupun Sekretariat Daerah serta pejabat di lingkungan sekretariat daerah yang perlu disampaikan dengan jelas dan tepat sehingga nantinya penyampaian informasi ke masyarakat tidak simpang siur jadinya.

Disamping itu, sebuah media sangat mampu melaksanakan tugasnya dengan baik apabila terjalinnya relasi yang baik antara media dengan

pemerintah begitu pula sebaliknya. Seperti halnya salah satu media besar yang ada di Riau yaitu www.pekanbaru.tribunnews.com yang memberitakan tentang perkembangan-perkembangan yang ada di Kepulauan Meranti, hal ini terjadi dikarenakan terjadinya hubungan yang baik antara humas dengan media tersebut. Seharusnya hal ini dapat dicontoh dan dilaksanakan untuk semua media-media yang hendak meliput atau memberitakan tentang pemerintahan di Kepulauan Meranti tersebut, dalam hal ini peran dari sekda atau bagian humas di Kepulauan Meranti harus pandai *melobi*, seperti yang dikutip dalam pemberitaan media diatas yang menyatakan bahwa Sekda baru Kepulauan Meranti tersebut dinilai mampu untuk melobi pusat.

(<http://pekanbaru.tribunnews.com/2016/10/14/banyak-relasi-sekda-baru-kepulauan-meranti-dinilai-mampu-lobi-pusat>)

Kemudian juga terdapat beberapa media yang menyampaikan berita tentang kegiatan program kerja yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Kepulauan Meranti diantaranya yang diberitakan oleh GoRiau.com yang juga menjalin kerjasama terhadap humas Kabupaten Kepulauan Meranti tersebut yang meninjau tentang persiapan *Musabaqah Tilawatil Quran* Kepulauan Meranti X tahun 2018, yang menyatakan bahwa telah terjadi progress 70% dan sesuai dengan hasil yang ada dilapangan.

(<https://www.goriau.com/berita/riau/sekda-tinjau-persiapan-mtq-kepulauan-meranti-x-tahun-2018-pembangunan-sudah-mencapai-70-persen.html>)

Berikut ini disajikan daftar media yang bekerja sama dengan Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti yang diperoleh oleh peneliti saat melakukan observasi, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Kerjasama Humas dengan Media Massa

Media Radio dan Televisi	Media Cetak	Media Online
1. Smk Art 88.4 Fm	1. Suara Kedaulatan	1. www.riauglobal.com
2. Rtv Riau Televisi	2. Suara Mandiri Pos	2. www.NadaRiau.com
3. Selatpanjang tv	3. Rakyat Media	3. www.beritaintermezo.com
	4. Intermezo Yayasan Anak Negri Pres	4. www.halloriau.com
	5. Haluan Riau	5. www.riaukontras.com
	6. Metro Riau	6. www.spiritriau.com
	7. Dumai Pos	7. www.merantipos.com
	8. Bengkalis Pos	8. www.pantauriau.com
	9. Tribun Pekanbaru	9. www.riautrust.com
	10. Harian Vokal	10. www.okeline.com
	11. Tabloid Buser	11. www.metroterkini.com
	12. Tabloid Bidik	12. www.kabarriau.com
	13. Penaamira	13. www.senuju.com
	14. Pekanbaru Pos	14. www.merantionline.com
	15. Koran Sindo	15. www.goriau.com
	16. Batam Pos	16. www.riausky.com
	17. Amanat Rakyat	17. www.riaugeen.com
	18. Rakyat Riau	18. www.riabook.com
	19. Riau Pos	19. www.riauexsis.com
	20. Suara Persada	20. www.siagaonline.com
	21. Pijar Riau	21. www.riauone.com
		22. www.antarriau.com
		23. www.tranriau.com
		24. www.selatpanjangpos.com
		25. www.riauaktual.com

Sumber: Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti 2017

Dari hasil Observasi yang penulis lakukan diketahui adanya fenomena yang mendukung untuk diadakannya penelitian ini seperti:

- a. Informasi yang disampaikan oleh bagian humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti mengenai kegiatan bupati yang akan

disampaikan kepada pers masih belum optimal dikarenakan adanya beberapa media yang telah dibayar untuk meliput kegiatan tentang kabupaten Kepulauan Meranti.

- b. Bagian humas terlihat tebang pilih mengenai pembayaran media dan kurang merespon dengan keberadaan pers sehingga bagian humas tidak mau memberikan berita yang berinformasikan dari bupati atau pejabat lainnya untuk media yang tidak terdaftar atau media baru.

Dari uraian yang dibuat diatas serta berdasarkan fenomena yang ada maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Aktivitas *Media Relations* Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti dalam Penyampaian Informasi.”**

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Bedasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalahnya yaitu:

1. Perlunya menjalin hubungan kerjasama antara *media relations* di bagian hubungan masyarakat Kabupaten Kepulauan Meranti Sekretariat Daerah dengan pers dan tidak tebang pilih mengenai pembayaran.
2. Informasi yang disampaikan oleh bagian humas seketariat daerah kabupaten kepulauan meranti mengenai kegiatan bupati yang akan disampaikan kepada pers masih belum optimal dikarenakan hanya ada beberapa media yang menjalin kerjasama sehingga berita yang diberitakan tidak objektif.
3. Bagian humas kurang merespon dengan keberadaan pers sehingga bagian humas tidak mau memberikan informasi dari bupati atau pejabat lainnya.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut Bagaimana Aktivitas dan Faktor penghambat *Media Relations* Bagian Hubungan Masyarakat Daerah Kepulauan Kabupaten Meranti Dalam Penyampaian Informasi.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah aktivitas *media relations* Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti dalam penyampaian informasi?
2. Apa yang menjadi hambatan dari aktivitas bagian hubungan masyarakat Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti dalam menyampaikan informasi?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui aktivitas *media relations* Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti.
2. Untuk mengetahui hambatan dari aktivitas *media relations* Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti.

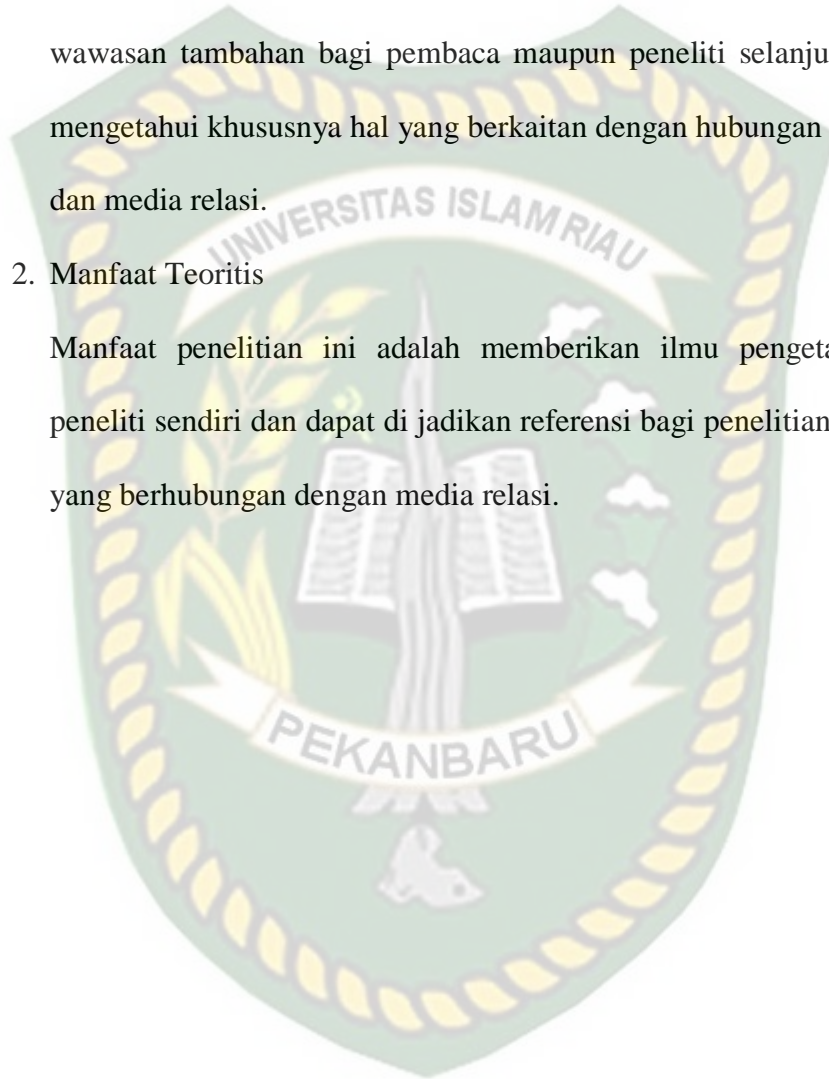
b. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan informasi atau wawasan tambahan bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya dalam mengetahui khususnya hal yang berkaitan dengan hubungan masyarakat dan media relasi.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini adalah memberikan ilmu pengetahuan bagi peneliti sendiri dan dapat di jadikan referensi bagi penelitian berikutnya yang berhubungan dengan media relasi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, kita tidak terlepas dari sebuah proses yang namanya komunikasi. Komunikasi itu sendiri merupakan hal yang tidak pernah kita lewatkan setiap harinya, bahkan setiap waktu. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia karena dengan berkomunikasi maka seseorang dan orang lainnya dapat saling berhubungan. Dalam komunikasi orang yang menyampaikan pesan disebut dengan komunikator sedangkan yang menerima pesan disebut dengan komunikan. Sehingga pengertian dasar dari komunikasi adalah proses dari penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan.

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *comonication* yang bersumber pada kata *comunise* yang berarti sama, maksudnya adalah komunikasi akan terjadi apabila terdapat kesamaan makna terhadap pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan dan sebaliknya. Dijelaskan Marry B. Cassata dan Molefi Asante dalam Mulyana, (2009:69) komunikasi adalah Transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak.

Kemudian dalam Cangara, (2012:25) mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh pengirim

(*source*) pesan (*message*), saluran atau media (*channel*), penerima (*receiver*) dan pengaruh (*effect*).

Menurut Brent D. Ruben dalam Arni, (2013:3) komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain.

Sedangkan menurut Hovland dalam Arni, (2013:1) mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: “*communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals*”. Dengan kata-kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pada definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal.

Berdasarkan beberapa pendapat tokoh diatas maka penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang meliputi penyampaian atau penerimaan pesan sehingga tercapai kesamaan makna diantara orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konstan dapat berubah sesuai dengan situasi yang berlaku. Karena dari komunikasi seseorang dapat menyatakan apapun ide dan pikirannya sehinggann keinginan dan tujuan kedua belah pihak akan tersalurkan, dalam permasalahan ini penyampaian

komunikasi yang baik secara persuasif dari guru terhadap siswa dalam proses pembelajaran di kelas.

2. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

a. Pengertian *Public Relations*

Public relations menurut para pakar, hingga saat ini belum terdapat definisi tetap mengenai *public relation* (PR) atau hubungan masyarakat (humas), yang selanjutnya kedua istilah tersebut akan digunakan secara bergantian dalam tulisan ini. Ketidak sempatan tersebut disebabkan oleh sebagai berikut:

- a) Beragam definisi humas telah dirumuskan baik oleh para pakar maupun profesional humas didasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian humas;
- b) Perbedaan latar belakang, misalnya defenisi yang dilontarkan oleh kalangan akademi perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinyadenga apa yang di ungkapkan oleh kalangan praktis (*public relations presticioner*);
- c) Adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan humas itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi dan melenium ketiga saat ini.

Meskipun demikian, Disini penulis ingin mengemukakan beberapa pendapat dari para ahli mengenai definisi *public relation*. *The brittish*

institute of public relations mendefinisikan humas sebagai aktifitas *public relations* adalah memikirkan, merencanakan dan mercurhahkan untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisi dan publiknya. Gleen dan Denny Griswold menyatakan bahwa humas merupakan: “*is the management funcation which evaluates public attitudes, identifies the policies the policies an procedurs of an individual or organization with the public interest, and executes a program of action to earn public understanding and acceptance* dalam Rosady, (2007:15-16).

Dalam Kriyantono, (2008:3) *Public relations* identik dengan tugas-tugas menyampaikan informasi, menjadi juru bicara atau menulis prees release. Istilah *public relations* sering diartikan menjadi “Hubungan Masyarakat (Humas).” Sebenarnya penggunaan istilah Hubungan Masyarakat ini tidak tepat. Arti kata “*public*” dalam *public relations* berbeda dengan kata “masyarakat” dalam hubungan masyarakat. Istilah masyarakat terlalu luas, sedangkan *public* (publik) hanyalah bagian masyarakat yang luas itu. Publik merupakan sekumpulan orang atau kelompok dalam masyarakat yang memiliki kepentingan atau perhatian yang sama terhadap suatu hal. Kepentingan yang sama itulah yang mengikat anggota publik satu sama lainnya. Jadi, publik bercirikan :

- a) Mempunyai kepentingan atau perhatian yang sama terhadap sesuatu isu atau objek tertentu. Kepentingan atau perhatian ini yang mengikat anggota publik secara emosisonal.

b) Tidak harus berada dalam satu wilayah geografis. Publik bisa berada dalam tempat yang berjauhan dan tidak saling mengenal (anonim).

Publik (bisas juga disebut *stakeholders*) adalah sasaran kegiatan *public relations*. Publik berbeda-beda menurut jenis organisasi atau perusahaannya. Namun secara internal dan paublik ekstenal. Publik internal adalah publik yang berada dalam organisasi tempat *public relations* bekerja., misalnya karyawan dan keluarganya maupun pihak menejemen (CEO, direksi, manajer dan *skateholders*). Sedangkan publik eksternal antara lain konsumen atau pelanggan, komunitas, kelompok-kelompok masyarakat (kelompok penekanan atau *pressure group*, massa dan sebagian, kegiatan *public relations* yang sasarannya publik internal yang disebut *internal relations* yang sasarannya publik internal disebut *external relation*.

Dari penjelasan diatas, Scott M. Cutlip dan Allen H. Center dalam buku Efektif Public Relations, (New Jersey: prentic inc. Englewood cliffs, 1982), mengatakan, “Public relations merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengedentifikasikan kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan sesuatu program kegiatan untuk meraih pengertian, pemahaman dan dukungan dari publiknya”.

Menurut *the International Public Relations Association* dalam Effendy (2011:134) *public relations* atau hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen dari budi yang dijalankan secara berkesinambungan dan berencana, dengan mana organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang

bersifat umum dan pribadi berusaha memperoleh dan membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada sangkut pautnya atau yang mungkin ada sangkut pautnya – dengan menilai pendapat umum di antara mereka dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan mereka, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif dan untuk melaksanakan kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan melancarkan informasi yang berencana dan tersebar luar.

Public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center & Broom, 2009: 1).

Menurut Cutlip dan Center dalam Siswanto (1992: 25), tahap-tahap atau proses *public relations* adalah:

- a. *Fact Finding* (Pengumpulan data)
- b. *Planning* (Perencanaan)
- c. *Communicating* (Komunikasi)
- d. *Evaluating* (Evaluasi)

Public relations merupakan suatu bidang memerlukan segi perencanaan yang matang (*planned*), sama dengan bidang periklanan yang melakukan “ komunikasi “ yaitu gabungan antara melakukan komunikasi dan sekaligus membujuk (*persuasive*). Penyandang profesi *public relations officer* (pejabat humas) dalam menjalankan tugas dan fungsinya harus selalu berusaha memenuhi keinginan perusahaan atau lembaga yang

diwakilinya, apa dan bagaimana aktivitas dan kegiatan organisasi tersebut harus diinformasikan, temanya apa, untuk berapa lama, sejauh mana dukungan dana, manajemen dan fasilitas serta dapatkah memenuhi atau mencapai target (Ruslan, 1997:6)

Elton Mayo dibantu Fritz Roethlisberger melakukan studi yang dikenal dengan studi *Howthorne (the Howthorne Studies)*, atau sering disebut *Efek Howthorne (The Howthorne Effect)* yang menyatakan dua kesimpulan dari hasil penelitian tersebut, yaitu: 1). Perhatian terhadap orang-orang boleh jadi mengubah sikap dan perilaku mereka. 2). Moral dan produktivitas dapat meningkat apabila para pegawai mempunyai kesempatan untuk berinteraksi satu sama lainnya (dalam Pace & Faules, 2006: 60). Semula peneliti menganggap bahwa semakin baik penerangan, semakin tinggi hasil pekerjaan. Maka mereka memutuskan untuk mengadakan suatu ruangan eksperimen dengan berbagai kondisi penerangan dan suatu ruangan control dengan kondisi cahaya yang konstan.

Dua kelompok pekerja dipilih untuk melakukan pekerjaan mereka di dua tempat yang berbeda. Melalui suatu periode waktu penerangan di ruangan eksperimen ditambah hingga intensitas yang menyilaukan dan kemudian dikurangi hingga tingkat di mana cahaya tidak ada. Hasilnya adalah ketika banyaknya penerangan bertambah, bertambah juga efisiensi pekerja di ruangan eksperimen; tetapi, efisiensi pekerja di ruangan control juga bertambah. Ketika cahaya berkurang di ruangan tes, efisiensi kelompok tes juga kelompok kontrol bertambah dengan perlahan tetapi

mantap. Ketika penerangan setaraf dengan penerangan tiga lilin di ruangan tes, para operator memprotes, mengatakan bahwa mereka hamper tidak dapat melihat apa yang sedang mereka lakukan; pada saat itu angka produksi berkurang. Hingga saat itu para pekerja dapat mempertahankan efisiensi meskipun terdapat hambatan.

Hasil eksperimen penerangan cahaya membangkitkan minat para peneliti, juga minat terhadap manajemen. Maka dari tahun 1927 hingga 1929, sebuah tim peneliti terkemuka mengukur pengaruh dari berbagai kondisi kerja terhadap produktivitas pegawai. Hasilnya juga sesuai dengan eksperimen penerangan lampu terlepas dari kondisi-kondisi kerja, produksi bertambah. Dalam kaitannya dengan fenomena yang terjadi, teori hubungan manusia menjelaskan bahwa perhatian terhadap orang-orang boleh saja akan mengubah sikap dan perilaku mereka serta produktivitas dapat meningkat apabila para pegawai mempunyai kesempatan untuk berinteraksi satu sama lainnya.

Untuk itu, dengan adanya kegiatan *employee relations* yang dilakukan diharapkan hubungan karyawan dengan karyawan lainnya serta hubungan bawahan dengan atasan dapat berjalan dengan baik sehingga para karyawan dapat dengan bebas mengembangkan potensinya. Dengan begitu maka dapat meningkatkan pula kepuasan kerja dan mengarahkan aktualiasi diri karyawan sehingga mempertinggi motivasi bekerja yang akan berpengaruh pada meningkatnya produksi organisasi.

Pada dasarnya, ada dua struktur organisasi *Public Relations*, yakni *Internal Public Relations* yang salah satu bagian perusahaan serta biro konsultan yang berdiri sebagai perusahaan jasa yang secara eksklusif di bidang kehumasan. Besar kecilnya departemen *Internal Public Relations* dari suatu perusahaan bergantung pada tiga hal utama yaitu:

1. Ukuran atau skala perusahaan itu sendiri.
2. Nilai atau arti penting fungsi-fungsi humas di mata pihak manajemen atau pimpinan perusahaan yang bersangkutan.
3. Karakteristik khas kehumasan yang memang berbeda-beda bagi masing-masing perusahaan (Anggoro, 2001:211-212).

Tingkat efektivitas *Internal Public Relations* juga dapat dipengaruhi tiga hal pokok yaitu:

1. Keterbukaan pihak manajemen.
2. Kesadaran dan pengakuan pihak manajemen akan nilai dan arti penting komunikasi dengan para karyawan.
3. Keberadaan seorang manajer komunikasi yang tidak hanya ahli dan berpengalaman, tetapi juga didukung oleh sumber-sumber daya teknis yang modern.

Internal Relations menempatkan karyawan atau anggota perusahaan sebagai komponen yang penting dalam kerja humas. Karyawan yang mempunyai semangat kerja yang tinggi merupakan salah satu tujuan dari *Internal Public Relations*. Hubungan pimpinan dan bawahan akan berjalan dengan baik bila kedua belah pihak saling membutuhkan satu sama

lainnya. Untuk menciptakan suasana yang harmonis seorang pimpinan harus berkomunikasi dengan bawahan baik secara vertical maupun horizontal. Dalam usaha-usaha untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dalam perusahaan itu terutama bagi keuntungan perusahaan itu sendiri, komunikasi yang bersifat *two way communications* penting sekali dan mutlak harus ada yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan yang merupakan *feed back* yang berdasarkan pada *good human relations* (Abdurahman, 1995:34).

Hubungan masyarakat internal (*internal public relations*) dalam sebuah perusahaan terdiri dari beberapa tingkatan yaitu: a) Hubungan dengan pekerja atau karyawan (*employee relations*) pada umumnya, beserta keluarga karyawan khususnya. b) Hubungan dengan pihak jajaran pimpinan dalam manajer perusahaan (*management relations*) baik di level korporat atau level sebagai pelaksana. c) Hubungan dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham (*stakeholder relations*) (Ruslan, 2002:254).

Disamping itu *public relations* harus proaktif, dinamis, kreatif dan antisipatif untuk menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi dengan tepat, baik dibidang komunikasi, informasi, politik, ekonomi, sosial baik di dalam maupun diluar negeri. Oleh karena perusahaan, lembaga atau organisasi tidak akan lepas dari pengaruh dan persaingan serta kemungkinan adanya persoalan dan perubahan yang cepat yang ditunjang dengan teknologi serba canggih dalam era globalisasi (Ruslan, 1997:57).

b. Tujuan *Public Relations*

Menurut Kriyantono, (2008:6) tujuan (goals) merupakan sesuatu yang ingin dicapai, ditujukan diraih. Tujuan dapat juga disebut objective. Tujuan merupakan sesuatu yang mengarahkan kegiatan *public relations*, sehingga tidak melenceng atau salah sasaran. Seorang praktisi *public relations* harus merumuskan tujuan secara jelas, spesifik, dan dinyatakan dalam bentuk tertulis tentang apa saja yang mesti dicapai di visi *public relations* dalam priode waktu tertentu.

Karena *public relations* merupakan sebuah fungsi manajemen dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka pada dasarnya tujuan *public relations* adalah mengemukakan tujuan-tujuan komunikasi. Tujuan tersebut kemudian diimplementasikan ke dalam program-program *public relations*. Agar program itu berjalan dengan baik salah satunya agar mendapat publisitas media maka perlu didukung oleh media PR (*PR tools*), antara prees release , web site, company profile, dan produk-produk tulisan lainnya . hal ini dipertegas oleh pendapat pearson bahwa “*public relations writting* adalah sebuah aktivitas yang mempunyai relasi unik dengan tujuan-tujuan organisasi.” Di sinilah peran *public relations writting*, yaitu kemampuan menulis, membuat, dan mendesain media *public relation*.

Dalam realita pratik *public relations* di perusahaan, tujuan *public relations* antara lain menciptakan pemahaman publik, membangun citra korporat, membangun opini publik yang *favourable* serta membentuk *goodwill* kerja sama.

c. Fungsi *Public Relations*

Fungsi atau peranan dalam Kriyantono, (2008:21) adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh *public relations* sesuai dengan kedudukan sebagai *public relations*. jadi, *public relations* dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.

Secara garis besar fungsi *public relations* adalah:

- a) memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya (*maintain good communications*).
- b) Melayani kepentingan publik dengan baik (*serve public's interest*).
- c) Memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik (*maintain good morals & manners*).

Sedangkan Cutlip & Center menyebutkan dalam Kriyantono, (2008:22) fungsi *public relations* sebagai berikut:

- a) Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi.
- b) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan.
- c) Melayani publik dan memberikat nasihat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum.
- d) Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal.

c. Ruang Lingkup Pekerjaan *Public Relations*

Menurut Kriyantono, (2008:23) dari paparan fungsi dan tujuan di atas, dapat dijabarkan ruang lingkup pekerjaan *public relations*. Secara sederhana pekerjaan yang biasa dilakukan *public relations* dapat di singkat menjadi PENCILS, yaitu:

- a) *Publication & Publicity*, yaitu mengenalkan perusahaan kepada publik, misalnya membuat tulisan yang disebarakan ke media, newsletter, artikel, dan lainnya.
- b) *Event*, mengorganisasikan event atau kegiatan sebagai upaya membentuk citra. Misalnya stasiun televisi SCTV menggelar acara SCTV award. Program televisi yang dinilai masyarakat ngetop akan mendapat penghargaan dari SCTV.
- c) *News*, pekerjaan seorang *public relations* adalah menghasilkan produk-produk tulisan yang sifatnya menyebarkan informasi kepada publik, seperti press release, newsletter, berita, dan lain-lain. Karena itu, dituntut menguasai teknik-teknik menulis (*public relations writing*).
- d) *Communications involvement*, *public relations* mesti membuat program-program yang ditunjukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat sekitarnya.
- e) *Identity-Media*, merupakan pekerjaan *public relations* dalam membina hubungan dengan media (pers). Sangat penting untuk memperoleh publisitas media. Media adalah mitra kerja abadi *public relations*. Media

butuh *public relations* sebagai sumber berita dan *public relations* butuh media sebagai sarana penyebar informasi serta pembentuk opini publik.

- f) *Lobbying, public relations* sering melakukan upaya persuasidan negosiasi dengan berbagai pihak. Ke ahlian ini tampak dibutuhkan misalnya, pada saat terjadi krisis mamajemen untuk mencapai kata sepakat di antara pihak yang bertikai.
- g) *Social invesment*, pekerjaan *public relations* untuk membuat program yang bermanfaat bagi kepentingan dan kesejahteraan sosial.

Sedangkan Cutlip, Center & Broom dalam Kriyantono, (2008:26) membuat kategori berisi ringkasan yang dilakukakn spesialis public relations ditempat kerja, yaitu:

- a) Menulis Dan Menetik

Menyusun rilis berita dalam bentuk cetak atau siaran, cerita feature, newsletter untuk karyawan dan stakeholders eksternal, korespondensi, pesan web site dan pesan media online lainnya, laporan tahunan dan shareholders, pidato, brosur, film dan script slide show, artikel perdagangan, iklan institusional, materi-materi pendukung teknis lainnya.

- b) Hubungan media dan penempatan media.

Mengontak media koran, majalah, suplemen mingguan, penulis fealance, dan dan publikasi perdagangan agar mereka memublikasikan atau meyiarakna berita dan feature tentang organisasi itu sendiri atau

orang lain. merespon permintaan informasi oleh media, memverifikasi berita, dan membuka akses ke sumber otoritas.

c) Riset.

Mengumpulkan informasi tentang opini publik, tren, isu yang muncul, iklim politik dan peraturan perundangan, liputan media, opini kelompok kepentingan dan pandangan-pandangan lain berkenaan dengan stakeholders organisasi. Mencari database di internet, jas online, dan data pemerintah elektronik. Mendesain program riset, survei dan menyewa perusahaan riset.

d) Manajemen dan administrasi.

Pemograman dan perencanaan dengan bekerja sama dengan manajer lain, menentukan kebutuhan, menentukan prioritas, mendefinisikan publik, setting dan tujuan, strategi dan taktik, menata personel, anggaran, dan jadwal program.

e) Konseling.

Memberi saran kepada manajemen tentang masalah sosial, politik, dan peraturan. Berkonsultasi dengan manajemen tentang cara mengatasi krisis.

f) Acara spesial.

Mengatur dan mengelola konferensi pers, lomba-lomba, konvensi, open house, pemotongan pita dan grand opening, ulang tahun, pengumpulan dana, mengunjungi tokoh terkemuka, program penghargaan, dan lain-lain.

g) Pidato.

Tampil didepan kelompok, melatih orang untuk berpidato mengelola juru bicara.

h) Produksi.

Membuat saluran komunikasi seperti multimedia, seni, tipografi, fotografi, tat letak, computer desktop publishing, perekaman audiovisual.

i) Training.

Mengadakan pelatihan untuk publik internal maupun eksternal.

j) Kontak.

Sebagai penghubung (liaison) dan mediator antara perusahaan dengan publiknya dan sebaliknya.

e. Bentuk-bentuk *Public Relations*

Menurut Kriyantono, (2008:28) untuk dapat melakukan pekerjaan seorang public relations mempunyai alat-alat kegiatan (PR tools). Alat kegiatan ini bisa disebut sebagai media *public relations*, antara lain:

a) Publisitas dan media relations, seperti:

1. *Prees release* (menulis berita tentang perusahaan kepada media).
2. *Prees conference* (menyampaikan informasi tentang perusahaan secara langsung mengundang wartawan).
3. *Prees tours* (mengundang wartawan untuk berkunjung ke perusahaan).
4. *Prees party* (menjamu wartawan untuk makan bersama).
5. *Media gathering* (mengumpulkan media dalam sebuah forum), dan lainnya.

b) *Special event*

1. *Open house* atau *company visit* (memberi peluang kepada publik untuk mengenal lebih dekat perusahaan dengan berkunjung langsung ke perusahaan).
 2. *Fund-raisers* (kegiatan mengumpulkan dana). *Trade-shows* (mengadakan pameran dagang).
 3. *Award ceremonies* (acara pemberian penghargaan).
 4. *Contest* (lomba-lomba).
 5. Seminar (mengadakan seminar dengan tema yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat, baik sebagai penyelenggara atau sebagai pembicara).
- c) *Corporate advertising* (iklan-iklan korporat untuk mrenunjang citra).
- d) *Newsletters* (ini adalah media tulisan yang digunakan untuk internal maupun eksternal publik).
- e) *Speaker bureau* (biro khusus bicara yang bertugas menyampaikan informasi kepada publik).
- f) *Lobbying* (melakukan negosiasi baik kepada lembaga pemerintah atau bukan, berkaitan dengan masalah-masalah yang menyangkut kepentingan masyarakat).
- g) *Charitable contributions* (kegiatan amal untuk membantu masyarakat).
- h) *Thank you notes dan letters* (ucapan terima kasih kepada publik).
- i) *Audio-visual instrument* (misalnya membuat company profilr berbentuk audivisual dan materi presentasi dihadapan publik).

j) *Sponsorships* (menjadi sponsor berbagai event di masyarakat antara lain menjadi sponsor dalam acara olahraga).

k) *Letters of denial* (surat klarifikasi atas sebuah informasi yang tidak benar di sampaikan ke media).

3. *Media Relations*

a. *Pengertian Media Relations*

Media relations adalah hubungan dengan pers dalam arti yang luas. Karena selama ini, pers itu sendiri memiliki dua pengertian yaitu pers dalam arti sempit dan pers dalam arti luas. Pers dalam arti sempit merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut media cetak. Sedangkan pers dalam arti luas mencakup semua media penyiaran yang ada seperti televisi, radio, internet, surat kabar, serta majalah.

Menurut Lesly dalam Darmastuti, (2012:42) menjelaskan *media relations* merupakan kegiatan yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap organisasi. Lesly memberikan penekanan dalam *media relations* lebih pada publisitas.

Sedangkan menurut Franks Jefkins dalam Darmastuti, (2012:42) mendefinisikan *media relation* sebagai berikut: “*Media Relations* atau sering disebut dengan hubungan pers adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam

rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan.

Frank Jefkins mengategorisasikan media relations dalam pemaknaan yang sama dengan dengan *press relations*, yaitu usaha publikasi yang maksimum atas suatu pesan atau informasi dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

b. Tujuan *Media Relations*

Tujuan pokok *media relations* atau bisa disebut dengan *press relation* dalam Darmastuti, (2012:43) adalah menciptakan pengetahuan dan pemahaman, bukan semata-mata untuk menyebarkan suatu pesan dengan keinginan pengiriman atau pihak klien demi mendapatkan suatu citra yang lebih indah dari aslinya di mata umum.

Bedasarkan definisi yang diberikan oleh Franks Jefkins dia atas, maka ada beberapa hal pokok yang perlu digarisbawahi ketika media relations itu dilakukan pada saat ini, yaitu:

- a) Yang dimaksud dengan hubungan pers bukan hanya hubungan dengan media cetak, tetapi berhubungan dengan semua media massa (radio, televisi) dan tidak terkecuali dengan media-media baru yang bermunculan dan sedang berkembang saat ini (misalnya : internet, facebook).
- b) Tujuan pokok hubungan dengan media massa (pers) adalah menciptakan pengetahuan dan pemahaman khalayak, bukan sekedar menyiarkan

pemberitaan sesuai keinginan perusahaan. Justru yang terpenting adalah membuat masyarakat mengetahui dan memahami perusahaan atau organisasi yang diberitakan.

- c) Sesuai visi *Public Relations*, informasi disampaikan haruslah informasi yang benar sehingga kejujuran menjadi tuntunan dalam setiap pemberitaan.

Dari pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa hubungan dengan media merupakan hal yang sangat penting dalam pekerjaan seseorang dalam *Public Relations* untuk mencapai tujuan dari setiap yang dilakukan *Public Relations*. Salah satu tujuan dari pekerjaan *Public Relations* setelah membangun citra positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi. Tetapi yang jadi masalah, selama ini hubungan *Public Relations* dengan wartawan sering kali tidak harmonis. Sering kali seorang *Public Relations* merasa bahwa wartawan adalah profesi yang mengganggu pekerjaannya. Sedangkan dalam pandangan wartawan, *Public Relations* adalah profesi yang sangat 'pelit' informasi. Informasi yang dimiliki *Public Relations* sering kali di sembunyikan. Tindakan ini jelas sangat merepotkan masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan cara-cara yang tepat untuk menjalin hubungan yang baik antara *Public Relations* dengan institusi media maupun pekerja-pekerja media.

4. Pers (media)

Istilah “pers” bersal dari kata belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti *press*. Secara harfiah pers berarti cetak dan secara maknawiyah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara di cetak (*printed publication*). Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian yakni pers dalam pengertian luas dan pers dalam pengertian sempit. Dalam pengertian luas, pers mencakup semua media komunikasi massa, seperti radio, televisi, dan film yang berfungsi memancarkan/menyebarkan informasi, berita, gagasan, pikiran, atau perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain dalam pengertian sempit, pers hanya digolongkan produk-produk penerbitan yang melewati proses percetakan, seperti surat kabar harian, majalah mingguan, majalah tengah bulanan dan sebagainya yang dikenal sebagai media cetak.

Pengertian pers secara umum adalah media massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik dalam bentuk tulisan, suara, dan gambar serta data dan grafik dengan menggunakan media elektronik dan media cetak dan lain-lain. Pers dalam etimologi, tata *pers* (belanda), *presse* (prancis), *press* (inggris), sedangkan kata pres dalam bahasa latin adalah *pressare* dari kata *premere* artinya “tekan” atau “cetak”. Definisi pers secara terminologisnya adalah media massa cetak atau media cetak.

Pengertian pers menurut Undang-Undang Dasar No.40 Tahun 1999 yang berbunyi bahwa pengertian pers adalah lembaga sosial atau wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi, mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan

informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak atau media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Menurut Abdillah (2010:498) kata pers di definisikan sebagai, usaha percetakan dan penerbitan, orang yang bergerak dalam penyiaran berita, wartawan, penyiaran berita melalui koran, majalah, televisi, radio, dan sebagainya.

Undang-Undang No.40 Tahun 1999 tentang pers pasal 5 ayat (1) mewajibkan pers untuk menghormati asas praduga tidak bersalah dalam memberitakan peristiwa dan opini yang menyatakan, pers nasional berkewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tidak bersalah.

Menurut Hikma dan Purnama, (2005: 27-29) menyebutkan 8 fungsi pers yang bertanggung jawab sebagai berikut:

- a) Fungsi informatif; memberikan informasi atau berita kepada halayak ramai dengan cara terfungsi atur.
- b) Fungsi kontrol pers yang bertanggung jawab; pada fungsi ini, pers diibaratkan masuk kebalik panggung kejadian untuk menyelidiki pekerjaan pemerintah atau perusahaan.
- c) Fungsi interpretatif dan direktif; memberikan interpretasi dan bimbingan, pers harus menceritakan kepada masyarakat akan arti suatu kejadian.

- d) Fungsi menghibur; para wartawan menceritakan kisah-kisah dunia yang hidup dan menarik.
- e) Fungsi regeneratif; membantu menyampaikan warisan sosial kepada generasi baru agar terjadi proses regenerasi dari angkatan tua sampai angkatan muda.
- f) Fungsi pengawasan hak-hak warga negara; pers yang bekerja berdasarkan teori tanggung jawab harus dapat menjamin hak setiap pribadi untuk didengar dan diberi penerangan akan hal yang dibutuhkannya.
- g) Fungsi ekonomi; melanyani sistem ekonomi melalui iklan.
- h) Fungsi sewadaya; pers berkewajiban untuk memupuk kekuatan permodalannya sendiri, untuk memelihara kebebasan yang murni.

B. Definisi Operasional

1. Aktivitas adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi dalam rangka untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya
2. *Media relations* merupakan bagian dari *public relations* yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.
3. Hubungan masyarakat (*public relations*) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang lebih baik dan

bermanfaat antar organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

4. Pers adalah sebagai, usaha percetakan dan penerbitan, orang yang bergerak dalam penyiaran berita, wartawan, penyiaran berita melalui koran, majalah, televisi, radio, dan sebagainya.

C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

NO	Nama/ Universitas/ Tahun	Judul Penelitian	Hasil
1.	Fadli Setiawan, mahasiswa Komunikasi Universitas Kristen Surabaya.	Strategi Media Relation Humas Kota Surabaya Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan media Relation	Hasil dari penelitian tersebut mengungkap bahwa humas kota Surabaya menjalankan fungsinya melalui pengelolaan, penyampain pemberitaan, dan kemitraan dengan media massa dalam pembentukan opini positif masyarakat bagi pelaksanaan tugas. Agar hubungan yang terjalin dengan media semakin baik maka tiap hari jum'at selalu mengadakan pertemuan instens dengan para wartawan melalui konferensi pers. Meski hubungan yang terjalin sudah terlihat baik, namun wartawan merasa sangat kurang memperoleh informasi hal ini disebabkan karena posisi humas berada dibawah top manager sehingga dalam penyampaian informasi harus terlebih dahulu persetujuan pimpinan.
2.	E. Novianti Atik Kurniawati mahasiswa Diploma 3 Universitas Gajah	Aktivitas Media Relation Pada perum Pengadaian Kanda VII Yogyakarta	Dalam penelitiannya di ungkapkan bahwa menunjang hubungan yng baik dengan media humas melakukan

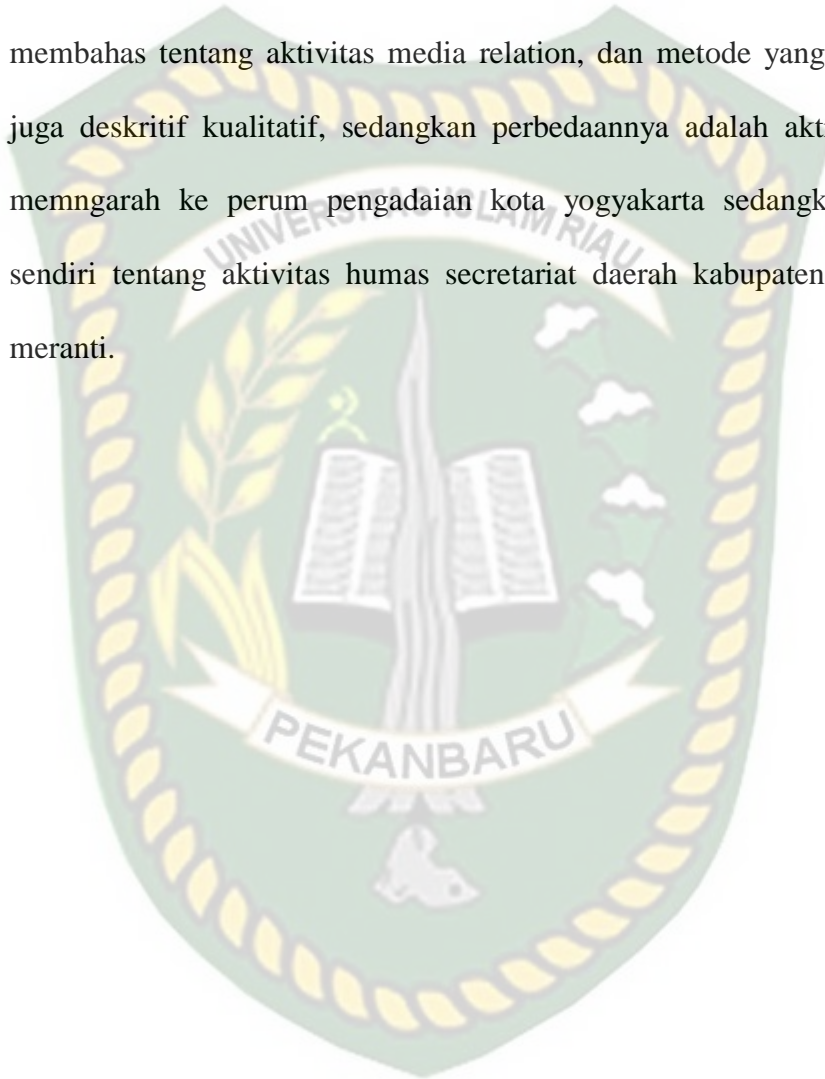
	Mada.	<p>beberapa kegiatan seperti press release, konfirmasi konferensi perskerjasama dengan media elektronik dan media kliping. Sementara dari sisi internal, humas pengadaan juga terus melakukan perbaikan melalui training danpendidika melalui media relation bagi karyawan dan pimpinan agar dapat menghapi wartawan tanpa rasa canggung dan salah langkah. Adapun dalam penelitian ini penulis merasa bahwa aktifitas humas pemerintah dalam menjalankan media relation masih jarang ditemui dalam sebuah penelitian sehingga penulis merasa tertantang untuk melakukan penelitian tersebut. Terlebih era reformasi bergulir yang menyebabkan instansi-instansi pemerintah mulai berbenah diri dengan melakukan reformasi birokrasi yang mana peran humas tidak sekedar sebagai “Corong” pemerintahan semata melainkan sebagai “Keran” yang terbuka lebar dalam penyampaian informasi dan hubungan baik dengan media.</p>
--	-------	--

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Peneliti Fadli Setiawan, persamaan dalam sama-sama membahas tentang komunikasi antara humas dengan media, memiliki tujuan yang sama yaitu bagaimana penyampaian informasi yang terjadi antara humas dengan pers, metode yang digunakan penelitian ini juga deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya adalah tentang strategi media relation humas kota Surabaya

sedangkan peneliti sendiri lebih ke terhadap aktivitas humas dan hubungan baik antara humas dan pers.

2. Peneliti E. Novianti Atik Kurniawati, persamaan penelitian ini sama-sama membahas tentang aktivitas media relation, dan metode yang digunakan juga deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya adalah aktivitas lebih memngarah ke perum pengadaan kota yogyakarta sedangkan peneliti sendiri tentang aktivitas humas secretariat daerah kabupaten kepulauan meranti.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif, yaitu usaha untuk mengumpulkan, menyusun, dan menginterpretasikan data yang ada dan menganalisa objek yang akan diteliti dengan merujuk pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif. Peneliti berupaya mendeskripsikan aktivitas media relations bagian humas dalam menyampaikan berita atau informasi tentang kegiatan-kegiatan serta masalah yang ada pada Sekretariat Daerah Kepulauan Kabupaten Meranti kepada pers untuk masyarakat.

Menurut Bogdan and Taylor dalam Ruslan (2013:215) pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik.

Adapun alasan peneliti mengambil desain penelitian ini adalah peneliti ingin menggambarkan dan menjelaskan tentang apa yang sedang diteliti yaitu melalui pendekatan kualitatif, tujuan penelitian pada intinya bertumpu pada usaha yang mengamati, mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data mengenai aktivitas media relations bagian humas dalam menyampaikan berita atau informasi tentang kegiatan-kegiatan serta masalah yang ada pada Sekretariat Daerah Kepulauan Kabupaten Meranti kepada pers.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Tabel 3.1
Subjek Penelitian

NO	NAMA	JABATAN	JUMLAH
1	Herry Saputra SH	Kabag Humas	1
2	Anshary S.Kom	Sub Bagian Humas Kemitraan dan Pers	1
3	Pandu Dewanto	Staf	1
4	Syamsidir	Jurnalis	1
TOTAL			4

Berdasarkan tabel diatas subjek penelitian merupakan sebagai sumber data yang diperoleh dari suatu penelitian, dimana sumber menjadi kunci utama dalam masalah yang diteliti. Adapun subjek dari penelitian ini yaitu Humas, Sub Bagian Humas Kemitraan dan Pers, Staf, serta Jurnalis. Adapun alasan peneliti memilih informan dari Humas, Sub Bagian Humas Kemitraan dan Pers dan staf yaitu untuk mengetahui aktivitas *media relations* bagian humas dalam menyampaikan berita atau informasi tentang kegiatan-kegiatan serta masalah yang ada pada Sekretariat Daerah Kepulauan Kabupaten Meranti kepada pers. Adapun alasan peneliti memilih salah satu Jurnalis sebagai informan pendukung yaitu untuk mengetahui apakah informasi yang disampaikan dari Kantor Bupati Kepulauan Meranti tersampaikan atau tidak kepada pers.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu sasaran atau tujuan dari apa yang akan diteliti sesuai dengan permasalahan yang akan dicari dalam suatu penelitian. Objek dari penelitian ini yaitu aktivitas *media relations* bagian humas Sekretariat di Daerah Kepulauan Meranti.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kantor Bupati Meranti, jalan Dorak Selat Panjang Timur.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada Agustus 2017 sampai selesai bulan April. Seperti dapat dilihat pada tabel berikut :

Table 3.2
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2017 – 2018																							
		September - Februari 2018				Maret – Juni				Juli – Oktober 2018				November 2018				Desember 2018				Januari-Maret 2019			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan & Penyusunan	X	x	x	x	x																			
2	Seminar UP						x																		
3	Revisi							x	x	x	X														
4	Penelitian Lapangan											X	x	x											
5	Pengolahan & Analisis															x	x	x	x						
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi																			x	x	x	x		
7	Ujian skripsi																							x	
8	Revisi & Pengesahan																							x	x

	Skripsi																			
9	Pengadaan Serta Penyerahan Skripsi																			x

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti Arikunto, (2010:22). Data primer yang diterima antara lain mengenai tanggapan informasi tentang data-data atau informasi yang diperlukan. Pengolahan diterima melalui observasi dengan informan yaitu aktivitas media relations bagian humas dalam menyampaikan berita atau informasi tentang kegiatan-kegiatan serta masalah yang ada pada Sekretariat Daerah Kepulauan Kabupaten Meranti kepada pers untuk masyarakat.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis: table, catatan, foto-foto, benda-benda lain yang memperkaya data primer Arikunto, (2010:22). dan dokumen yang tersedia terkait dengan penelitian yang dapat melengkapi penelitian ini menjadi lebih baik seperti data-data yang berkaitan dengan:

- a. Struktur Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti yang terdiri dari bagian dan sub bagian.

- b. Uraian jabatan, tugas, dan fungsi Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti yang berhubungan dengan Aktivitas Media Relation Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti Dalam Penyampaian Informasi Kepada Pers.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah

1. Observasi

Cartwright mendefinisikan observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati, mencermati serta “merekam” perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis dalam Moleong (2005:131). Teknik observasi atau pengamatan dilakukan untuk mengetahui data bagaimana aktivitas media relations bagian humas dalam menyampaikan berita atau informasi tentang kegiatan-kegiatan serta masalah yang ada pada Sekretariat Daerah Kepulauan Kabupaten Meranti kepada pers untuk masyarakat.

2. Wawancara

Menurut Moleong (2005:118), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewier*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan

tersebut. dimana wawancara akan dilakukan dengan frekuensi tinggi secara intensif. Sementara itu narasumber yang diteliti adalah pihak-pihak yang berada dalam devisi kehumasan serta para pelaku media.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan dalam Moleong (2005:143). Landasan teoritis sebagai referensi pendukung penelitian seperti literatur, file-file bentuk surat, agenda, catatan harian, profil lembaga dan sebagainya yang berkaitan dengan bidang kehumasan Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara triangulasi. Penelitian melalui triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan, yaitu penggunaan: sumber, dalam penelitian secara kualitatif. Teknik triangulasi dengan sumber yang berarti membandingkan dan pengecekan baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda melalui: Ruslan, (2013:219-220).

- a. Perbandingan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara

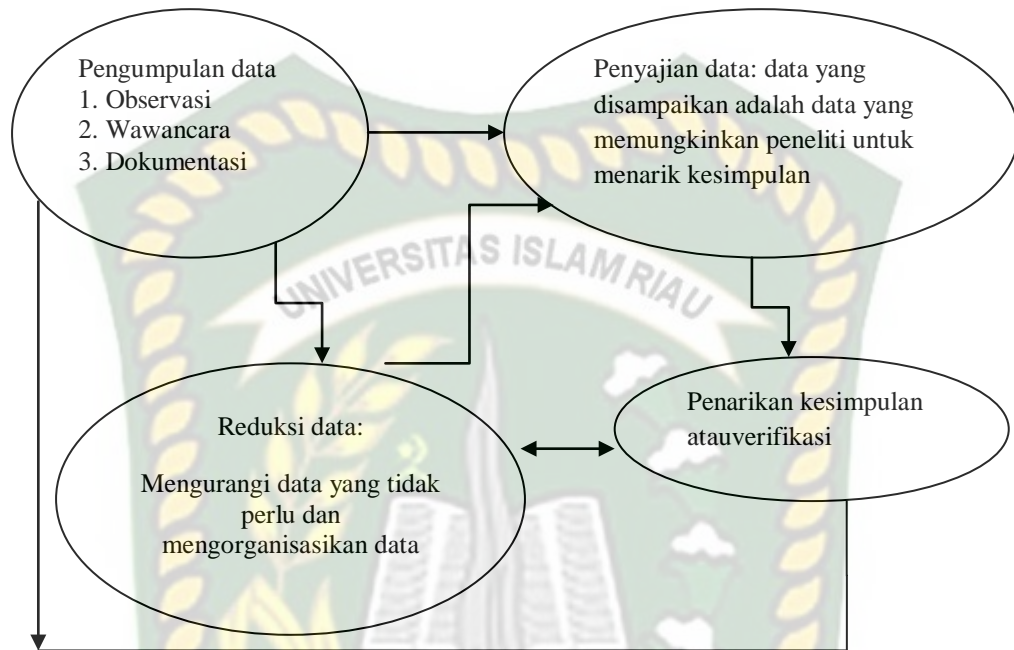
- b. Perbandingan apa yang dikatakan seseorang di depan umum dengan apa yang diucapkan secara pribadi.
- c. Perbandingan keadaan dan perspektif seseorang berpendapat sebagai rakyat biasa, dengan yang berpendidikan dan pejabat pemerintah.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalaman suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar, dan membedakannya dengan penafsiran, yaitu membedakan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian dan mencari hubungan antara dimensi-dimensi uraian. Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema-tema yang dapat dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data Moloeng, (2005:103). Sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, maka dalam menganalisa data yang berhasil dikumpulkan tidak menggunakan uji statistik melainkan non statistik sesuai dengan pendekatan deskriptif yang bersifat kualitatif yaitu teknik analisis yang dilakukan melalui pemikiran logis, baik secara induktif, deduktif, analogis, maupun komperatif.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data yang dipopulerkan oleh Hiberman dan Miles (1992) yaitu model analisis data interaktif. Model analisis interaktif terdiri dari tiga hal utama yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Gambar 3.1
Model Analisis Data Interaktif



Sumber : Hiberman dan Miles dalam Moelong (2005:104).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti

1. Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti

Humas merupakan fungsi manajemen yang membantu, menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi serta kerja sama suatu organisasi/perusahaan. Humas sangat berperan bagi perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik serta menyampaikan informasi, opini, ide, pengetahuan kepada publik secara dua arah. Komunikasi dua arah merupakan tuntunan seorang humas agar dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku kelompok/perorangan agar sesuai dengan tujuan institusi yang diwakilinya. Secara umum tidaklah perlu mempunyai keahlian akademis, namun perlu untuk mewakili atribut yakni, kemampuan berkomunikasi, kemampuan berorganisasi, kemampuan untuk dapat bergaul dengan banyak orang, mempunyai integritas diri, mempunyai imajinasi diri, niat untuk mengembangkan wawasan. (Mulyana, 2004:78).

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti Nomor 18 Tahun 2002 tentang pembentukan susunan, kedudukan dan tugas pokok organisasi Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti bahwa untuk melaksanakan ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007

tentang Organisasi Perangkat Daerah, maka perlu menetapkan Peraturan Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti tentang pembentukan susunan, kedudukan dan tugas pokok organisasi Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti.

Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti mempunyai tugas dan kewajiban membantu Bupati dalam menyusun kebijakan dan mengkoordinasikan Dinas Daerah dan Lembaga Teknis Daerah. Kemudian, Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Perda No. 18 Tahun 2009 yang menyelenggarakan fungsi:

1. Penyusunan kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti
2. Pengkoordinasian pelaksanaan tugas Dinas Daerah dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti
3. Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti
4. Pembinaan administrasi dan apratur Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti, dan
5. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati Kabupaten Kepulauan Meranti sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Sebagaimana yang telah diatur oleh Perda No. 18 Tahun 2009 untuk lebih lengkapnya bagian Humas Sekretariat Daerah Kepulauan Meranti adalah sebagai berikut:

1. Bagian Hubungan Masyarakat melaksanakan dan pembinaan dan koordinasi hubungan kemasyarakatan, sandi, telekomunikasi dan perwakilan Pemerintah Kabupaten Kepulauan Meranti dalam rangka menunjang kebijaksanaan pimpinan pemerintah daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan.
2. Dalam menyelenggarakan tugas sebagaimana yang dimaksud pada Ayat (1), Bagian Hubungan Masyarakat mempunyai fungsi:
 - a. Memimpin penyelenggaraan Bagian Humas berdasarkan pedoman dan petunjuk kerja yang berlaku;
 - b. Melaksanakan hubungan antara Pemerintah Daerah dengan masyarakat umum, organisasi kemasyarakatan, hubungan antar pemerintah daerah dan hubungan dengan pemerintah provinsi dalam rangka menunjang kelangsungan kegiatan Pemerintah Daerah;
 - c. Menyusun kerja Bagian Humas sesuai dengan ketentuan yang berlaku sebagai pedoman pelaksanaan tugas agar dapat terlaksana dengan baik;
 - d. Mendistribusikan tugas kepada bawahan dengan memberikan petunjuk dan arahan agar tugas terbagi habis;
 - e. Melaksanakan Hubungan Komunikasi pemerintahan melalui Sandi dan Telekomunikasi antar pemerintah daerah maupun dengan pemerintah provinsi;

- f. Melakukan pembinaan program Kehumasan meningkatkan Pemberdayaan dan Perwakilan;
- g. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

2. Struktur Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti

Susunan organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti terdiri atas:

1. Sekretariat Daerah
2. Asisten Bidang Administrasi Pemerintahan yang membawahi:
 - 1) Bagian Tata Pemerintahan, terdiri dari:
 - a. Sub Bagian Otonomi Daerah
 - b. Sub Bagian Pemerintahan Umum dan Perangkat Daerah
 - c. Sub Bagian Konflik dan Kerjasama Daerah
 - 2) Bagian Hukum dan HAM, terdiri dari:
 - a. Sub Bagian Perundang-Undangan
 - b. Sub Bagian Bantuan Hukum dan HAM
 - 3) Bagian Hubungan Masyarakat, terdiri dari:
 - a. Sub Bagian Informasi dan Pemberitaan
 - b. Sub Bagian Sandi, Telekomunikasi
 - c. Sub Bagian Perwakilan
3. Asisten Bidang Perekonomian dan Pembangunan, yang membawahi:

- 1) Bagian Perekonomian, terdiri dari:
 - a. Sub Bagian Produksi dan Distribusi
 - b. Sub Bagian Pendayagunaan
 - c. Sub Bagian Sarana dan Prasaana
- 2) Bagian Administrasi Pembangunan, terdiri dari:
 - a. Sub Bagian Penyusunan Program
 - b. Sub Bagian Pengendalian
 - c. Sub Bagian Evaluasi dan Pelaporan
- 3) Bagian Kesejahteraan Rakyat, terdiri dari:
 - a. Sub Bagian Agama, Pendidikan dan Kebudayaan
 - b. Sub Bagian Kesejahteraan Sosial
 - c. Sub Bagian Pemuda, Olahraga dan Kesehatan
4. Asisten Bidang Administrasi Umum, yang membawahi:
 - 1) Bagian Organisasi dan Tatalaksana, terdiri dari:
 - a. Sub Bagian Kelembagaan
 - b. Sub Bagian Tatalaksana
 - c. Sub Bagian Kepegawaian
 - 2) Bagian Umum dan Perlengkapan, terdiri dari:
 - a. Sub Bagian Umum dan Rumah Tangga
 - b. Sub Bagian Perlengkapan
 - c. Sub Bagian Protokol
 - 3) Bagian Keuangan, terdiri dari:
 - a. Sub Bagian Anggaran

- b. Sub Bagian Pembukuan
- c. Sub Bagian Verifikasi

B. Hasil Penelitian

1. **Aktivitas *Media Relations* Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti dalam Menyampaikan Informasi**

Media relations adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu ataupun profesi humas suatu organisasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (*balance*). *Media relations* yang efektif banyak dikaitkan dengan konteks pemberitaan yang tidak berbayar atau publisitas positif. Sebelumnya, peneliti telah mendatangi langsung dan melakukan observasi ke bagian *media relations* humas sekda Kabupaten Kepulauan Meranti untuk mengetahui bagaimana hubungan atau aktivitas *media relations* humas sekda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam menyampaikan informasi kepada pers.

Peneliti melakukan wawancara dengan Kabag Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti mengenai aktivitas *media relations*, sebagai berikut:

“Sampai saat ini, kami memiliki relasi dengan pihak media cukup baik. Seperti menjalin hubungan dengan beberapa media dan membuat kontrak kerjasama dalam meliput dan menyampaikan berita kepada masyarakat. Kami juga melayani media dengan baik dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pihak media. Tentu saja hubungan yang terjalin baik ini diharapkan dapat mempermudah dalam penyampaian informasi ke masyarakat luas,” (Wawancara dengan Kabag Humas, Herry Saputra, SH, 14 Desember 2018).

Berdasarkan wawancara diatas, selaku humas perlu menyadari keberadaan media sebagai sarana dalam penyampaian informasi dari perusahaan yang ditujukan ke publik sasaran, apalagi dalam hal pencitraan positif di masyarakat. Celah untuk dapat membentuk citra positif adalah dengan menerapkan strategi *public relathionship* dengan melakukan hubungan media massa yang efektif agar informasi atau program-program yang dicanangkan dapat dipublikasikan dan dikenal hingga masuk dalam benak masyarakat.

Untuk menjalin relasi yang baik, erat, dan kerjasama yang kuat, maka Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti membentuk ikatan atau relasi dengan beberapa *pers* yang dianggap mampu mendongkrak elektabilitas Kabupaten Kepulauan Meranti melalui pemberitaan yang positif, adapun relasi yang telah dijalin dengan beberapa media *pers* cetak maupun *online* dan bahkan media radio dan televisi, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Kerjasama Humas dengan Media Relations

Media Radio dan Televisi	Media Cetak	Media Online
1. Smk Art 88.4 Fm	1. Suara Kedaulatan	1. www.riauglobal.com
2. Rtv Riau Televisi	2. Suara Mandiri Pos	2. www.NadaRiau.com
3. Selatpanjang tv	3. Rakyat Media	3. www.beritaintermezo.com
	4. IntermezoYayasan	4. www.halloriau.com
	Anak Negri Pres	5. www.riaukontras.com
	5. Haluan Riau	6. www.spiritriau.com
	6. Metro Riau	7. www.merantipos.com
	7. Dumai Pos	8. www.pantauriau.com
	8. Bengkalis Pos	9. www.riautrust.com
	9. Tribun Pekanbaru	10. www.okeline.com
	10. Harian Vokal	11. www.metroterkini.com

	11. Tabloid Buser	12. www.kabarriau.com
	12. Tabloid Bidik	13. www.senuju.com
	13. Penaamira	14. www.merantionline.com
	14. Pekanbaru Pos	15. www.goriau.com
	15. Koran Sindo	16. www.riausky.com
	16. Batam Pos	17. www.riaugeen.com
	17. Amanat Rakyat	18. www.riabook.com
	18. Rakyat Riau	19. www.riauexsis.com
	19. Riau Pos	20. www.siagaonline.com
	20. Suara Persada	21. www.riauone.com
	21. Pijar Riau	22. www.antarriau.com
		23. www.tranriau.com
		24. www.selatpanjangpos.com
		25. www.riauaktual.com

(Sumber: Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti 2017)

Berdasarkan jumlah relasi yang dibangun oleh Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti menunjukkan bahwa hubungan relasi yang terjalin baik dengan beberapa media dirasa mampu untuk mendorong secara transparan berita-berita internal maupun eksternal yang ada di Pemerintahan Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti tersebut, hal ini diperkuat oleh pernyataan Kabid Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti tersebut sebagai berikut:

“Keterangan pers merupakan salah satu cara atau langkah kami dalam antisipatif akibat pemberitaan negatif. Dalam upaya mencegah munculnya hal-hal yang tidak diinginkan, kami telah membentuk relasi yang baik dengan media-media terpercaya dalam penyampaian berita secara transparan tanpa tendensius, agar apa yang benar terjadi adanya dilapangan benar-benar disampaikan kepada masyarakat khususnya di Kepulauan Meranti ini, dan apabila ada hal kecil yang tidak perlu diberitakan misalnya, kemudian kami menjelaskan kepada pihak wartawan mengenai permasalahannya. Sehingga dari berita yang beredar tidak perlu untuk diangkat ke media massa”. (Wawancara dengan Kabag Humas, Herry Saputra, 14 Desember 2018).

Dari penjelasan di atas, dapat dapat dikatakan bahwa hubungan dengan media merupakan hal yang sangat penting dalam pekerjaan

seseorang dalam *public relations* untuk mencapai tujuan dari setiap yang dilakukan. Salah satu tujuan dari pekerjaan *public relations* setelah membangun citra positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi. Tetapi yang jadi masalah, selama ini hubungan *public relations* dengan wartawan sering kali tidak harmonis.

Sering kali seorang *public relations* merasa bahwa wartawan adalah profesi yang mengganggu pekerjaannya. Sedangkan dalam pandangan wartawan, *public relations* adalah profesi yang sangat 'pelit' informasi. Informasi yang dimiliki *public relations* sering kali di sembunyikan. Tindakan ini jelas sangat merepotkan masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan cara-cara yang tepat untuk menjalin hubungan yang baik antara *public relations* dengan institusi media maupun pekerja-pekerja media.

Adapun aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam penyampaian informasi kepada *pers* telah peneliti rangkum sebagaimana dari hasil penelitian melalui serangkaian observasi langsung dan wawancara secara terstruktur terhadap informan penelitian yang telah ditetapkan, aktivitas *media relations* Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti adalah sebagai berikut:

a. Penerbitan Internal (*In-House Journal*)

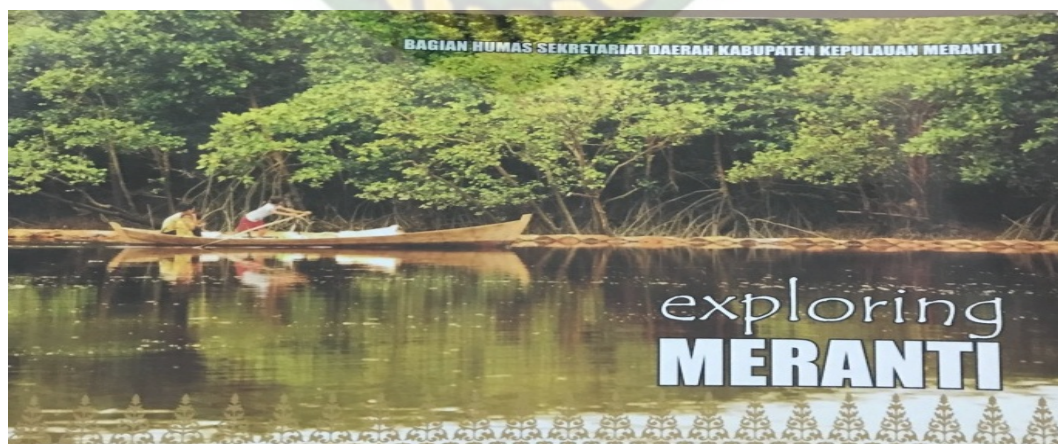
In-house journal merupakan media komunikasi humas yang bisa dibedakan dari sasaran pembaca atau penggunanya. Baik yang

bersifat untuk staff dan aparatur sipil di ruang lingkup Pemerintahan Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti dan bersifat eksternal untuk publik di luar Pemerintahan Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti. Perbedaan tersebut tampak bila media dibuat untuk aparatur sipil (internal) dan masyarakat Meranti (eksternal).

Dalam penelitian ini, humas dan sub bagian humas kemitraan dan pers Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti berusaha melakukan kegiatan ini secara efektif dan transparan. Peneliti menemukan beberapa *in-house journal* yang dibuat oleh pihak humas dan sub bagian humas kemitraan dan pers Setda Kabupaten Kepulauan Meranti antara lain seperti papan informasi, spanduk, dan artikel. Berikut ini adalah salah satu contoh artikel yang diterbitkan khusus untuk internal.

Gambar 4.2

**Artikel “Exploring Meranti” oleh bagian Humas Sekda
Kabupaten Kepulauan Meranti**



(Sumber: Dokumentasi Penelitian Melalui Observasi, 2018)

Seperti yang terdapat dalam kutipan wawancara, sebagai berikut:

“Saat ini, *in-house journal* yang ada disini antara lain; papan informasi, spanduk, artikel yang kamu pegang itu, dan masih banyak lagi. Masing-masing digunakan, diletakkan atau dipasang pada tempat yang dianggap dapat menjangkau publik sasaran humas. Dan kita rasa kegiatan tersebut cukup efektif dalam penyampaian *pers* yang bersih dan transparan dan terkesan tidak ada yang ditutup-tutupi”. (Wawancara dengan Anshary S.Kom, Sub Bagian Humas Kemitraan dan Pers, 17 Desember 2018).

Masing-masing kegiatan dari *in-house journal* tersebut memiliki sasaran publiknya masing-masing. *In-house journal* yang ada di Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti merupakan *in-house journal* yang sudah seharusnya diarahkan kepada pencapaian tujuan dari ruang lingkup pemerintahan itu sendiri, salah satunya yaitu membangun citra positif publik internal dengan harapan mendapat dukungan dan keterbukaan informasi yang diterima oleh masyarakat melalui siaran media.

Untuk menelusuri kebenarannya, peneliti melakukan triangulasi data berupa pertanyaan mengenai jawaban yang diberikan oleh Kabid maupun Sub Kabid tersebut kepada salah seorang jurnalis yang tergabung sebagai media relasi bersama dengan Setda Kabupaten Kepulauan Meranti. Wawancara tersebut yang dilakukan dengan salah seorang jurnalis dari Merantionline.com, Syamsidir. dengan mengatakan:

In-house journal yang dilakukan adalah *press release*, penyediaan buletin, majalah dan brosur. *Press release* dibuat oleh bagian Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti kemudian dikirim kepada kami yang tergabung untuk dipublikasikan. (Wawancara dengan Syamsidar, Jurnalis merantionline.com, 17 Desember 2018).

Press release berisi informasi mengenai kegiatan-kegiatan seperti program kerja Bupati Kepulauan dan hal-hal yang mengenai ruang lingkup Pemda Kabupaten Kepulauan Meranti. Dari wawancara tersebut, lebih lanjutnya beliau mengatakan bahwa *press release* yang dikirim oleh humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti ke pihak media massa berisi informasi mengenai program-program kerja Bupati, seperti kegiatan Bupati, dan safari Bupati serta kegiatan lainnya. Majalah dan buletin yang diterbitkan langsung oleh bagian Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti salah satunya yang terlampir diatas.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, majalah, buletin dan brosur tersebut diterbitkan langsung oleh bagian Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti per edisi terbit, kemudian diberikan kepada media relasi yang tergabung sebagai bahan bacaan bagi mereka dan masyarakat khususnya Kabupaten Kepulauan Meranti. Informasi yang disampaikan meliputi kegiatan-kegiatan kerja Pemerintahan Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti.

b. Memberikan Siaran Pers (*Press Release*)

Penggunaan siaran pers umum di bidang kehumasan bertujuan untuk menarik perhatian media yang menguntungkan untuk *public*

relations. Siaran pers menyediakan berita kepada wartawan dengan kepadatan informasi yang berisi dasar-dasar yang diperlukan untuk mengembangkan berita. Siaran pers dapat mengumumkan berbagai berita, seperti acara-acara terjadwal, promosi, penghargaan, produk dan layanan baru, penjualan dan data keuangan lainnya, prestasi, dan sebagainya yang merupakan salah satu sarana pencitraan demi elektabilitas.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti berfungsi sebagai penyelenggara keterangan kepada media atau pers mengenai kegiatan dan program dari Bupati Kepulauan Meranti maupun ruang lingkup pemerintahan disana. Sehingga dalam pembuatan *press release* ini diharapkan untuk dapat menjangkau lebih banyak publikasi dengan pesan-pesan yang menarik dan bermutu serta mencapai elektabilitas yang baik dengan tulisan sederhana.

Peneliti telah melakukan wawancara terhadap salah satu staff yang menjadi bagian dari informan penelitian yaitu staff bagian humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti untuk memperoleh informasi yang detail. Seperti yang terdapat dalam kutipan wawancara berikut:

“Pembuatan *press release* tergantung pada sasaran kegiatan dan publiknya. Biasanya kegiatan yang dibuatkan *press release* seperti; kegiatan safari Bupati, lomba MTQ, dan kegiatan-kegiatan yang dapat menunjang elektabilitas Kabupaten Kepulauan Meranti ini. Kemudian berita tersebut akan kami diserahkan ke media”. (Wawancara dengan Pandu Dewanto,

Staff Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti, 17 Desember 2018).

Kegiatan *media relations* melalui *press release* sudah cukup efektif pada Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam penyampaian informasi kepada *pers*. Namun, yang menjadi perhatian peneliti adalah dalam memberikan *press release* hendaknya melibatkan seluruh media-media yang bernaung di Kabupaten Kepulauan Meranti karena agar berita yang disampaikan benar-benar transparan dan tidak dikurangi maupun dilebih-lebihkan, seperti yang diketahui bersama bahwa media yang telah menjalin relasi dengan pemerintah biasanya mereka dibayar untuk memberikan dan menyampaikan keterangan-keterangan yang positif-positif dan sedikit berlebihan bahkan ada yang sama sekali tidak sesuai dengan kondisi dilapangan, hal ini tentu sangat disayangkan apabila Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti mengotak-kotakkan media seperti hal tersebut.

Kenyataannya, *press release* merupakan salah satu metode persuasi yang paling sering dipakai oleh pihak humas dalam suatu instansi. Oleh karena itu, ada beberapa media yang digunakan oleh humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti, baik media cetak dan media *on-line* dalam mengirimkan *press release*-nya. Seperti yang terdapat dalam kutipan wawancara berikut:

“Dalam penyebaran *press release* ini, biasanya humas menggunakan beberapa media dalam penyebarannya, seperti yang telah kami bilang sebelumnya bahwa kami memiliki

banyak relasi terhadap media-media disini baik cetak maupun *online* bahkan dari radio dan televise pun kami jalin hubungan yang baik. Namun, terlepas dari pada itu semua pembuatannya belum dilakukan secara *periodic* ataupun rutin”. (Wawancara dengan Kabag Humas, Herry Saputra, SH 14 Desember 2018).

Nilai pemberitaan mungkin merupakan aspek yang sulit dinilai oleh humas. Agar dapat dimuat sebuah cerita harus menarik perhatian pembaca. Serta memiliki relevansi langsung terhadap kepentingan mereka. Kemudian berisi pernyataan yang belum diketahui oleh media. Lebih lanjut, Kabag Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti menambahkan:

“Terkadang *release* diberikan atau yang dikirimkan ke media tidak semuanya disiarkan oleh media yang kita gunakan. Mungkin ada faktor tertentu, dan sebagainya. Namun, kita tetap mengusahakan dan memberitakan informasi yang terbaik,” (Wawancara dengan Kabag Humas, Herry Saputra, SH 14 Desember 2018).

Press release yang baik tentu saja memiliki relevansi berdasar kualitas yang dibangun pada pemilihan berita yang akan dipublikasikan ke publik. Kemudian menargetkan wartawan yang tepat dalam informasi yang akan disebarkan ke publik. Serta yang lebih penting lagi, berita yang diberikan ke media memiliki nilai berita (*news value*). Sehingga media tertarik untuk menyebarkan informasi tersebut.

Selain itu, *press release* yang dikirim ke media juga harus dikemas secara kreatif, namun tidak terkesan menjual. Selain itu, isi yang ditulis pada *press release* bukan hanya berisi *review* mengenai program kerja yang dilakukan oleh suatu instansi namun juga

memberikan informasi yang berguna bagi mereka yang membutuhkan informasi. Jadi jangan hanya membuat sebuah isi *press release* untuk memberikan keterangan sebuah pencapaian. Namun, sebagai masukan dari peneliti maka seharusnya buatlah berita yang berguna yang dapat diberikan ke masyarakat sehingga membantu dalam mencitrakan sebuah bentuk penyelenggaraan pada pemerintahan daerah Kabupaten Kepulauan Meranti.

c. Memberikan Keterangan Pers (*Press Conference*)

Press conference biasanya dilakukan setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Diakhir acara, pihak humas setda Kabupaten Kepulauan Meranti akan menyelenggarakan *press conference* dengan pihak media massa yang telah diundang secara resmi, baik itu yang telah tergabung kedalam relasi maupun media luar yang mau meliput di lingkungan Kabupaten Kepulauan Meranti. Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan Kabag Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti menyatakan bahwa terdapat *press conference* yang biasa mereka lakukan.

“Dalam kegiatan ini, Setda Kabupaten Kepulauan Meranti akan menyampaikan informasi mengenai program serta mengajak atau menghimbau kepada pihak media massa untuk membantu menyuarakan lewat tulisan ataupun lisan mengenai pentingnya program-program pembangunan yang telah dibangun oleh Bupati Kabupaten Pelalawan atau visi-misi dan peraturan-peraturan baru yang disampaikan sekda lewat program kerjanya”. (Wawancara dengan Kabag Humas, Herry Saputra, SH 14 Desember 2018).

Press conference sangat sering dilakukan oleh Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti demi menciptakan penyampaian informasi yang transparan dan terbuka bagi siapapun yang ingin mengetahui tentang pembangunan yang berhubungan dengan Kabupaten Kepulauan Meranti. Lebih lanjutnya, peneliti menanyakan langsung kepada Sub bagian Humas Kemitraan dan Pers dengan jawaban sebagai berikut:

“Karena kami memang ada program serta anggaran tersendiri untuk mengadakan kegiatan ini. Dan juga, bahwa semua media cetak dan elektronik yang ada ataupun yang telah menjalin relasi dengan kami akan diundang secara resmi untuk menghadiri *press conference* tersebut. Biasanya *press conference* diadakan seiringan dengan kegiatan apa yang dilakukan oleh Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti”. (Wawancara dengan Anshary S.Kom, Sub Bagian Humas Kemitraan dan Pers, 17 Desember 2018).

Berdasarkan wawancara diatas, biasanya informasi yang diberikan dalam *press conference* tersebut berkaitan dengan tema kegiatan tersebut. Disela-sela *press conference* tersebut, terdapat juru bicara yang biasanya langsung menyampaikan tema atau topik terkait diadakannya *press conference* tersebut kemudian menghimbau semua pihak media massa yang hadir untuk membantu mensosialisasikan apa yang sedang dibicarakannya agar tersampaikan langsung kepada publik mengenai apa yang terjadi di ruang lingkup Pemda Kabupaten Kepulauan Meranti.

d. Mengadakan Jamuan Pers (*Press Gathering*)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan dengan menggali informasi mengenai aktivitas media *relations* Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti tersebut, terdapat kegiatan jamuan pers atau istilah *press gathering* yang dilakukan guna untuk berkumpul atau saling bertukar informasi mengenai apa yang ingin dibicarakan kedepannya.

Hal tersebut dilakukan oleh Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dengan cara mengontak media koran, majalah, suplemen mingguan, penulis fealance, dan publikasi perdagangan baik itu yang telah terjalin ataupun tidak, agar mereka mempublikasikan atau meyarankan berita dan feature tentang Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti itu sendiri. Kemudian merespon permintaan informasi oleh media, memverifikasi berita, dan membuka akses ke sumber otoritas. Hal ini juga disampaikan langsung oleh Kabag Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti yang berisi jawaban sebagai berikut:

“Wartawan dari berbagai media massa diajak makan bersama, mengikuti serangkaian acara. Dan biasanya diakhir acara, kami akan memberikan informasi seputar program terbaru atau berita terbaru yang perlu disampaikan dan dipublikasikan seperti, pencapaian target atau terealisasinya suatu program, dan lain sebagainya”. (Wawancara dengan Kabag Humas, Herry Saputra, SH 14 Desember 2018)

Demi mengungkap kebenaran informasi yang diberikan oleh Kabid Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti tersebut, peneliti

melakukan triangulasi data berupa memberikan pernyataan tersebut untuk ditanyakan kebenarannya dengan jurnalis yang telah ditetapkan sebagai responden yaitu bapak Syamsidir dari merantionline.com dengan jawaban sebagai berikut:

“Hal tersebut benar adanya, kami diundang untuk hadir dalam kegiatan *press gathering* yang diberikan oleh Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti berupa jamuan pers yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal atau informal”. (Wawancara dengan Syamsidar, Jurnalis merantionline.com, 17 Desember 2018).

Dengan seringnya diadakan kegiatan *press gathering* tersebut dapat memberikan manfaat antara Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dengan media-media relasi yang tergabung dengan mengeratkan hubungan yang baik. Adapun manfaat dari *press gathering* ini adalah lebih mengeratkan hubungan kerjasama yang terjalin antara pihak media massa dengan Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti, membangun relasi dan membuat pekerjaan lebih mudah dan hubungan yang terjalin lebih intens.

Apabila tidak terjalin hubungan yang baik antara *public relation* dan *media relations* ibarat raga tanpa jiwa. Tidak dapat dipungkiri, menjalin hubungan dengan media merupakan salah satu cara menjaga dan meningkatkan citra dan reputasi ruang lingkup Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dihadapan stakeholder. Dalam upaya menjaga reputasinya itu, mereka juga menjalankan kegiatan *community relation* sebagai perwujudan dari tanggung jawab sosial mereka.

Dalam menjalin kegiatan *media relations*, salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan adalah menjalin hubungan baik dan harmonis dengan wartawan. Mengingat media tidak bisa disederhanakan, menjalin hubungan baik dan harmonis dengan organisasi media, asosiasi profesi wartawan juga tidak kalah penting. Wartawan merupakan bagian penting dari organisasi media. Transparansi, kebenaran, kepercayaan dan kepentingan umum adalah dimensi hubungan antara *public relations* dan seorang wartawan. Masyarakat tidak selalu mengerti apa genre yang mereka saksikan sehingga akibatnya tidak secara otomatis tahu bagaimana menafsirkan apa yang mereka lihat dan dengar.

2. Hambatan Aktivitas *Media Relations* Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Meranti dalam Menyampaikan Informasi Kepada Pers

Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti dapat mengirimkan berita secara rutin pada media dan memberikan informasi atau membuat situs melalui jaringan informasi dengan menggunakan internet untuk memudahkan dalam mengakses bagi siapapun yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, termasuk juga dari kalangan media. Terbinanya hubungan *public relations* dengan media massa, seperti redaktur surat kabar atau majalah, wartawan televisi dan radio dalam segala sesuatu yang menyangkut penyebaran informasi kepada publik berjalan dengan lancar.

Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti memandang pentingnya manajemen citra, karena saat ini masyarakat sangat mudah mengalami suatu perubahan dalam mendapatkan informasi. Masyarakat dapat memataui lebih luas mengenai sepak terjang yang sangat pesat dengan berkaitan dengan organisasi perusahaan hingga kinerja dalam suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara sebelumnya yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa faktor penghambat dalam melakukan aktivitas *media relations* Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam menyampaikan informasi kepada pers, antara lain sebagai berikut:

1. Minimnya pendanaan dalam keperluan untuk membuat *press gathering* karena untuk membuat acara tersebut memerlukan dana yang besar.
2. Ketidakesesuaian yang diharapkan Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dengan apa yang ditulis atau ditampilkan di media massa. Misalnya dari segi judul yang mengandung retorika yang cenderung tendensius dan menyudutkan suatu pihak, sehingga ketika masyarakat membaca judul tersebut tidak menggambarkan informasi sebagaimana hal yang diharapkan.
3. Keterlambatan penerbitan berita di media massa. Seharusnya berita diterbitkan hari ini, tetapi beritanya satu atau dua hari kemudian baru diterbitkan atau ditampilkan

4. Keterlambatan wartawan dalam menghadiri aktivitas *media relations* yang dilakukan, sehingga informasi yang diperoleh oleh wartawan yang terlambat tidak lengkap.
5. Masih ada wartawan yang kurang memiliki wawasan tentang program dibawah naungan pemerintahan, sehingga tulisan atau informasi yang disampaikan tidak seperti yang diinginkan oleh Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti.

C. Pembahasan

Media relations adalah hubungan dengan pers dalam arti yang luas. Karena selama ini, pers itu sendiri memiliki dua pengertian yaitu pers dalam arti sempit dan pers dalam arti luas. Pers dalam arti sempit merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut media cetak. Sedangkan pers dalam arti luas mencakup semua media penyiaran yang ada seperti televisi, radio, internet, surat kabar, serta majalah.

Peneliti menggunakan teknik analisis data secara kualitatif dengan cara mengumpulkan data melalui observasi ke Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dan melakukan wawancara secara langsung terhadap informan-informan yang telah ditentukan salah satunya adalah Kabid Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, maka peneliti telah menganalisis bagaimana aktivitas *media relations* Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam menyampaikan informasi kepada pers dan bagaimana

hambatan selama proses itu berlangsung, adapun rangkuman yang telah peneliti analisis adalah sebagai berikut:

1. Penerbitan Internal (*In-House Journal*)

In-house journal digunakan sebagai publikasi atau sebagai sarana komunikasi yang ditujukan pada kalangan terbatas; seperti karyawan, relasi bisnis, nasabah atau konsumen dalam bentuk *press release*, *magazine*, *tabloid*, *bulletin*, *company profile*, *annual report*, prospektus, brosur dan lain sebagainya. Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti melakukan penerbitan secara internal (*in-house journal*). Dalam penelitian ini, humas dan sub bagian humas kemitraan dan pers Setda Kabupaten Kepulauan Meranti berusaha melakukan kegiatan ini secara efektif dan transparan.

2. Memberikan Siaran Pers (*Press Release*)

Keterangan pers bisa dilakukan kapan dan di mana saja oleh nara sumber, tanpa ada undangan resmi. Bisa dilakukan melalui telephone. Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti memberikan siaran pers (*press release*). Pembuatan *press release* ini diharapkan untuk dapat menjangkau lebih banyak publikasi dengan pesan-pesan yang menarik dan bermutu serta mencapai elektabilitas yang baik dengan tulisan sederhana.

3. Memberikan Keterangan Pers (*Press Conference*)

Press Conference merupakan suatu pertemuan khusus dengan pihak pers yang bersifat resmi dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau

permasalahan tertentu yang tengah dihadapi oleh seorang *public relations* dalam bentuk acara jumpa pers yang telah ditetapkan waktu, tempat dan dihadiri oleh wartawan dari berbagai media massa. Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti memberikan keterangan pers (*press conference*).

4. Mengadakan Jamuan Pers (*Press Gathering*)

Press gathering merupakan kegiatan menjamu pers atau wartawan, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal, seperti: *event-event* olahraga bersama, kumpul bersama dalam acara ulang tahun perusahaan atau pada acara keagamaan. Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti mengadakan jamuan pers (*press gathering*).

Bedasarkan observasi penulis di lapangan aktivitas *media relations* di Kabupaten Meranti masih kurang baik, hal ini dikarena kan pihak humas tidak transparan mengenai bayaran ke media yang bekerja sama dengan mereka, sehingga ada beberapa media yang tidak mau bekerja sama dengan humas. didalam suatu pemerintahan khususnya didaerah tersebut terdapat permainan antara media dengan pemerintah karena mereka telah terlibat kontrak, maksudnya yaitu ada beberapa media yang telah dikontrak untuk meliput kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah yang berguna untuk memberikan informasi yang baik-baik saja kepada masyarakat atau pembaca dikarenakan terkait kontrak tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah bagaimana seharusnya *Media Relations* Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti perlu menjalin kerjasama yang baik dengan pers sehingga tidak ada kesan tebang pilih mengenai pembayaran media. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui aktivitas dan hambatan *media relations* Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam penyampaian informasi itu. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Bagian Humas dan informasi pemerintahan kabupaten kepulauan meranti telah melakukan kegiatan *media relation* cukup baik. Dalam menjalankan fungsinya, bagian humas dan informasi pemerintah kota kabupaten kepulauan meranti telah melakukan berbagai hal agar keharmonisan hubungan media dapat terjaga.

Berdasarkan temuan-temuan lapangan yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dan observasi langsung kepada informan yang telah ditetapkan pada Humas Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti mengenai aktivitas *media relations* dalam penyampaian informasi kepada pers dan bagaimana hambatan-hambatan yang terjadi dalam aktivitas *media relations* Sekda Kabupaten Kepulauan Meranti dalam menyampaikan informasi kepada pers atau publik, ditemukan beberapa poin penting mengenai hal tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Humas sekretariat daerah selalu mengikuti kegiatan bupati dan pejabat daerah lainnya, seperti aktivitas atau kegiatan yang dilakukan pemerintah di kabupaten kepulauan meranti untuk memberitakan apa yang sedang berkembang atau program-program yang sedang berjalan di pemerintahan tersebut. Dan humas setda juga selalu mengotak media juga untuk meliputi kegiatan tersebut. Bagi media tidak bisa menghadiri untuk meliput kegiatan tersebut humas akan mengirim ke email media yang bekerja sama dengan humas setda, tergantung media mau menyiarkan berita tersebut. Karena humas setda perlu menbagun relasi ke media agar bisa menjangkau masyarakat lebih luas, perlunya menjalin hubungan baik dengan media massa.
2. Minimnya pendanaan dalam keperluan untuk membuat *press gathering* karena untuk membuat acara tersebut memerlukan dana yang besar. Ketidaksesuaian yang diharapkan Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti dengan apa yang ditulis atau ditampilkan di media massa. Misalnya dari segi judul yang mengandung retorika yang cenderung tendensius dan menyudutkan suatu pihak, sehingga ketika masyarakat membaca judul tersebut tidak menggambarkan informasi sebagaimana hal yang diharapkan.

B. Saran

Penelitian ini tentunya terdapat beberapa kelemahan dan kekurangan sehingga perlunya diadakan peneliti lebih lanjut untuk topik atau judul yang berkaitan dengan penelitian ini, dikarenakan penelitian ini bersifat kualitatif dan responden yang terbatas maka perlunya penelitian ini diadakan di Humas Sekda Kabupaten lainnya agar lebih menonjol letak perbedaan antara hubungan *media relations* di suatu daerah. Adapun saran yang diberikan peneliti baik Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti, Jurnalis atau Wartawan maupun peneliti selanjutnya antara lain sebagai berikut:

1. Bagi pihak Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti seharusnya mendata ulang tentang media-media yang terjalin relasi dengan Kabupaten Kepulauan Meranti sebagai upaya meminimalisir wartawan gadungan atau yang memiliki sedikit pengetahuan dibidangnya.
2. Bagi jurnalis atau wartawan yang memiliki kemampuan teknologi yang lebih mahir dibanding Humas Setda Kabupaten Kepulauan Meranti setidaknya dapat memberikan masukan atau kritikan demi memajukan perkembangan *media relations* di ruang lingkup Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti.
3. Bagian humas Kabupaten Kepulauan Meranti harus lebih efektif lagi dalam melakukan komunikasi dengan berbagai pihak, seperti media massa masyarakat dan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kabupaten Kepulauan Meranti. ini dilakukan guna kebijaksanaan-kebijakan yang diambil pemerintah dapat di terima dengan baik.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dengan adanya temuan-temuan yang telah dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan topik dan judul pada penelitian ini diharapkan mencoba untuk melakukan observasi di perusahaan-perusahaan atau kantor-kantor dinas yang berada di daerah Riau.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdillah, Aceng. 2010. *Press Relation*. Remaja Rosda Karya: Bandung
- Abdurahman. 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosda Karya: Bandung
- Anggoro, Linggar. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Bumi Aksara: Jakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta : Jakarta
- Arni, Muhammad. 2013. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara: Jakarta
- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations*. C.V Andi : Jakarta
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Effendi, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat*. PT. Rosdakarya: Bandung
- Fariani, aryanto. 2009. *Panduan Praktisi PR*. Elex Media Koputindo : Jakarta
- Hikma dan Purnama. 2005. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Ghalia Indonesia: Jakarta
- Kriyantono, Rahmat. 2008. *Public Relations Writing*. Prenada Media Group: Jakarta
- Kusumaningrat, Hikma. 2005. *Jurnalistik Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya : Bandung
- _____. 2006. *Jurnalistik Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung

Nurudin, 2008. *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada: Jakarta

Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Raja Grafindo Persada: Jakarta

_____. 2008. *Kampanye Public Relations*. Rajawaji Pers : Jakarta

_____. 2013. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Rajawali Pers : Jakarta

Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Graha Ilmu : Jakarta

Widjaja, H.A.W. 2002. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Rineka Citra: Jakarta

Skripsi :

Kurniawati, Novianti Atik. 2015. *Aktivitas Media Relation Pada perum Pengadaan Kanda VII Yogyakarta*. Universitas Gajah Mada : Yogyakarta

Setiawan, Fadli. 2008. *Strategi Media Relation Humas Kota Surabaya Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan media Relation*. Universitas Kristen : Surabaya