

**PROGRAM DAN KEGIATAN HUMAS SEKRETARIAT DAERAH ACEH
DALAM PEMBANGUNAN
(STUDI BERITA DI HARIAN RAKYAT ACEH EDISI DESEMBER 2019)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

EVA HAZMAINI

NIM. 140401074

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jurusan Komunikai dan Penyiaran Islam



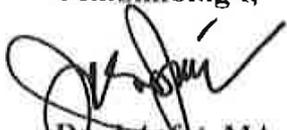
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



Pembimbing I,


Dr. Jusafit, MA
NIP. 196312311994021001

Pembimbing II,


Azman, S.Sos. I., M.I.Kom
NIP. 198307152015031004

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**Eva Hazmaini
NIM. 140401074**

Pada Hari/Tanggal

**Senin, 8 Juli 2019 M
4 Dzulqaidah 1440 H**

**di
Darussalam-Banda Aceh**

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



**Dr. Jasafat, MA
NIP. 196312311994021001**

Sekretaris,



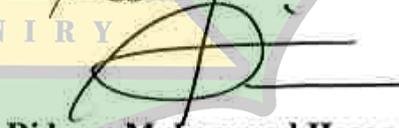
**Azman, S.Sos.L., M.I.Kom
NIP. 197409092007102001**

Anggota I,



**Dr. Hendra Svahputra, M.M
NIP. 197610242009011005**

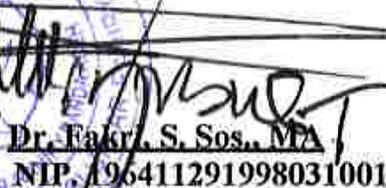
Anggota II,



**Ridwan Muhammad Hasan, Ph.D
NIP. 19710413200501102**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



**Dr. Fakri, S. Sos., MA
NIP. 196411291998031001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Eva Hazmaini

NIM : 140401074

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 17 Januari 2019

Yang Menyatakan,

METERAI
EMPEL

DAFEAFF391635399

6000
LUAK KIBURUFIAH

Meterai

Eva Hazmaini

NIM. 140401074

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji beserta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala kudrah dan iradah-Nya, yang telah memberikan kesehatan dan keberkahan umur sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan segala keterbatasan. Salawat dan salam selalu penulis hantarkan kepada Tokoh Revolusioner serta junjungan alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat yang telah berjuang demi tegaknya ajaran Islam dipermukaan bumi serta telah memberikan suri tauladan yang baik melalui sunnahnya sehingga membawa kesejahteraan di muka bumi ini.

Dalam rangka menyelesaikan studi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Jurusan Bimbingan dan Komunikasi Islam (BKI), dalam hal ini menyusun skripsi merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial. Untuk itu penulis memilih judul : **“Program dan Kegiatan Humas Sekretariat Daerah Aceh Dalam Pembangunan (Studi Berita Di Harian Rakyat Aceh Edisi Desember 2018)”**. Meskipun demikian penulis masih merasa sangat kekurangan dan keterbatasan ilmu, akhirnya dengan izin Allah jualah segala rintangan dapat dijalankan.

Bakti dan rasa hormat penulis yang setinggi-tingginya dan tak terhingga nilainya penulis tuangkan kepada Ayahanda tercinta Ayub Abdullah dan ibunda tercinta Nuraini yang merupakan kedua orang tua penulis yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, memberikan kasih sayang yang tak terhingga dan mendoakan penulis untuk menjadi anak yang berhasil dalam meraih dan

menggapai cita-cita yang diharapkan serta dengan tetesan keringat dan cucuran air matanyalah yang tidak mengenal rasa lelah demi membiayai perkuliahan penulis dari awal sampai akhir, sehingga gelar sarjana telah penulis raih.

Terimakasih tak terhingga juga kepada saudara sekandung penulis, Rosa Putri, Muhammad Nazar Rizki, dan Rhaudatul Nisa yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk penulis agar selalu berusaha lebih giat dalam menggapai mimpi.

Dalam penulisan skripsi yang sederhana ini penulis sangat berhutang budi kepada semua pihak yang telah turut memberikan petunjuk, bimbingan dan motivasi yang sangat berharga, dan telah banyak meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya, untuk memberikan informasi-informasi dan arahan yang berguna dari awal hingga akhir sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Maka penulis mengucapkan ribuan terima kasih dengan tulus ikhlas kepada :

1. Bapak Dr. Fakhri, S.Sos., MA, sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri. M.Lis selaku Wakil Dekan I, Bapak Zainuddin T, S.Ag, M.Si., Selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. T. Lembong Misbah, MA, selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN A-Raniry Banda Aceh.
2. Bapak Dr. Jasafat, MA Sebagai pembimbing pertama dan Bapak Azman, S.Sos.I., M.I.Kom sebagai pembimbing kedua, yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik walaupun jauh dari kesempurnaan yang diharapkan.

3. Bapak dan Ibu Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu yang tak terhingga kepada penulis.
4. Kepada sahabat dan teman Chusnul Faldhila, Adra Suhartini, Desi Haslina, Mutiara Ramadhani, Takziyatun Nufus, Fatma Aulia, Davi Abdullah, yang sudah mendukung penulis dari awal hingga akhir, dan seluruh mahasiswa-mahasiswi leting 2014 yang sama-sama berjuang untuk mencapai uncak dari kerja keras selama ini.

Walaupun banyak pihak yang telah memberikan bantuan, saran dan dukungan bukan berarti skripsi ini telah mencapai taraf kesempurnaan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan ilmu dan literatur yang dimiliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan penulisan ini. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT jualah penulis berserah diri, semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis kiranya dan semua pihak umumnya, semoga kita selalu berada dalam naungan-Nya. Amin-amin Ya Rabbal A'lamin... R A N I R Y

Banda Aceh, 29 Januari
2019

Penulis,

Eva Hazmaini

ABSTRAK

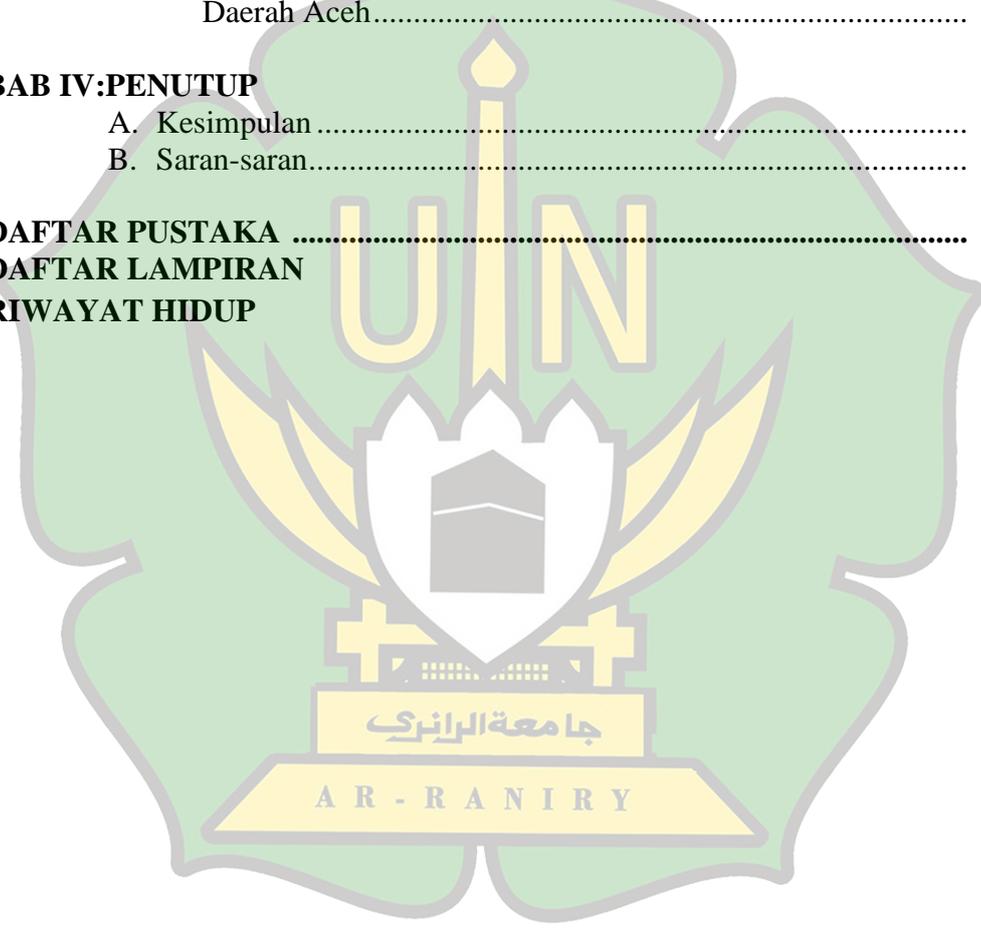
Skripsi ini berjudul “**Program dan Kegiatan Humas Sekretariat Daerah Aceh Dalam Pembangunan (Studi Berita di Harian Rakyat Aceh Edisi Desember 2018)**”. Humas Sekretariat Daerah Aceh telah melakukan berbagai upaya dalam menjalankan hubungan baik dengan media, salah satunya Harian Rakyat Aceh. Meskipun demikian, tidak serta merta media selalu memberitakan seperti halnya yang Humas inginkan. Humas Sekretariat Daerah Aceh selalu mengirimkan rilis kepada HRA namun tidak semua rilis akan menjadi sebuah berita yang diterbitkan di HRA. Media memiliki independensi, meskipun Humas telah melakukan hubungan dan kerjasama yang baik, HRA tetap masih memiliki hak untuk menaikkan dan membiarkan rilis yang dikirimkan ke redaksi HRA. Hal ini tentu memiliki penyebab mengapa HRA harus memilah pemberitaan tersebut, sedangkan diantara keduanya saling membutuhkan dalam publikasi informasi. Hal ini tentunya menghambat tugas Humas sebagai pintu penyebar informasi kepada masyarakat dan juga membangun citra baik pemerintahan, sebab hanya medialah yang memiliki alat publikasi paling lengkap. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apa saja program Humas Sekretariat Daerah Aceh, khususnya dalam menjalankan hubungan media dan publikasi, penerapan, perkembangan berita selama bulan Desember 2018 dan juga kendala antara Humas dan HRA, sehingga nantinya bisa menjadi evaluasi diri bagi Humas Sekretariat Daerah Aceh dan juga Koran Harian Rakyat Aceh. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan observasi, serta wawancara langsung yang mendalam dengan Kabag. Humas dan Media Massa, Kasubbag. Peliputan dan Media Massa serta Direktur Utama, Pimpinan Redaksi dan Redaksi Pelaksana Harian Rakyat Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas menjalankan hubungan yang sangat baik dengan HRA. Kegiatan yang dilakukan yaitu secara formal dan non formal. Kegiatan formal di antaranya seperti konferensi pers, pengiriman rilis, dan pelatihan pengembangan kapasitas, sedangkan non formal berupa silaturahmi dan kunjungan media. Dalam proses pengimplementasian tentunya terdapat kendala yang terjadi baik dari Humas sendiri maupun dari media massa.

Kata kunci: *Program, Kegiatan, Humas, Sekretariat, Daerah, Aceh, Pembangunan, Berita, Harian Rakyat Aceh.*

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Signifikansi Penelitian	6
E. Definisi Operasional	7
F. Sistematika Pembahasan	9
G. Kajian Terhadap Hasil Penelitian Terdahulu	10
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
A. Program dan Kegiatan Humas	15
1. Pengertian Humas (Public Relations)	15
2. Fungsi Humas	16
3. Peran Humas	17
B. Humas pada Lembaga Pemerintahan	19
1. Tugas dan Program Humas	19
2. Sarana dan Prasarana	21
3. Kedudukan Humas dalam Institusi Pemerintahan	26
4. Humas dan Hubungannya dengan Media	28
C. Hubungan Media	37
1. Pengertian Hubungan Media	37
2. Perkembangan Media	40
3. Membangun Media Relations	42
4. Media sebagai Sarana bagi Humas	44
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Metode dan Pendekatan Penelitian	47
B. Objek Penelitian	48
C. Subjek Penelitian	49
D. Teknik Pengumpulan Data	49
E. Teknik Analisis Data	53
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Biro Humas	56
1. Sejarah Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh	56
2. Visi dan Misi Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh	57
3. Tugas Dan Fungsi Biro-Biro Pada Sekretariat Daerah Aceh	57

4. Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Pada Biro Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Aceh.....	59
B. Gambaran Umum Harian Rakyat Aceh	61
1. Sejarah Koran Harian Rakyat Aceh	61
2. Susunan Organisasi Harian Rakyat Aceh	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian	63
1. Program kerja Humas Sekretariat Daerah Aceh	63
2. Implementasi Program Humas Sekretariat Daerah melalui HRA	67
3. Pemberitaan Mengenai Pembangunan Aceh.....	70
4. Kendala dan Dukungan terhadap Humas Sekretariat Daerah Aceh.....	76
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Saran-saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
DAFTAR LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Susunan Lembaga Harian Rakyat Aceh.....	62
Tabel 4.2 Program dan Kegiatan Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh.....	66
Tabel 4.3 Program dan Kegiatan Biro Hubungan Masyarakat dan Media Massa	17
Tabel 4.4 Kegiatan Biro Humas Bagian Peliputan dan Media Massa	68
Tabel 4.5 Berita Rilis Yang Dikirimkan Ke Media	70
Tabel 4.6 Berita yang diterbitkan Harian Rakyat Aceh	74



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hubungan Media (*Media relations*) selalu menjadi hal terpenting dalam aktivitas Humas dan praktisi *public relations*, karena setiap kegiatan Humas pastinya selalu menyangkut tentang keikutsertaan media. Jadi bisa dikatakan bahwa pekerjaan Humas adalah pekerjaan media.¹

Humas pemerintahan selalu memerlukan media, sama halnya dengan Humas Sekretariat Daerah Aceh. Jadi, peran media sangat penting dalam penyampaian informasi aktual kepada masyarakat. Keberadaan media juga dianggap sebagai *watch dog* (anjing penjaga) bagi pemerintah.² Melalui media segala bentuk kritik dan saran dapat disampaikan oleh masyarakat, sehingga kinerja pemerintah dapat diawasi oleh publik. Namun pada era orde baru, media mulai dikekang oleh kebijakan pemerintah yang melarang media menyampaikan pemberitaan yang merugikan pemerintah.

Seiring berjalannya waktu, era orde baru berubah menjadi era reformasi yang memberikan kebebasan bagi pers untuk memberitakan pemberitaan yang berimbang dan transparan mengenai pemerintah.³

Tugas Humas dalam sebuah organisasi adalah untuk menjalin hubungan baik dengan media. Dengan artian lain Humaslah yang menangani para wartawan.

¹ Dedy Riyadin Saputro, *Aktivitas Humas Dalam Menjalankan Media Relation*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga), hal. 2

² Abdul Wahid, *Masyarakat dan Teks Media*, (Malang: UB Press, 2017) hal. 124

³ *Ibid.* Hal. 124-125

Hal ini untuk membuat citra baik dan keterbukaan informasi dalam sebuah organisasi. Humas sebagai pemegang kendali atau *stakeholder* dalam menaikkan dan menjaga reputasi organisasi.⁴

Dalam menjalankan hubungan Humas dan media tentunya terjadi hubungan pasang dan surut. Media bisa saja memberikan keuntungan publikasi kepada pemerintahan, namun terkadang juga bisa gagal dan berefek kepada pihak manajemen. Meski demikian, menjalin hubungan baik dengan media merupakan salah satu tugas untuk membangun citra baik pemerintahan.⁵ Sebagaimana definisi Humas dari *Webster's New World Dictionary* yang dikutip oleh Frazier Moore, yaitu

“Hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas, khususnya fungsi-fungsi koperasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri.”⁶

Dalam praktiknya Humas Sekretariat Daerah Aceh selalu memberikan informasi mengenai program dan kegiatan pemerintahan. Kegiatan pemerintahan diberitakan sesuai dengan kejadian yang ada, biasanya yang terjadi adalah media tersebut lebih memilih memberitakan hal lain yang lebih menarik dibandingkan berita seremonial pemerintahan saja, media massa tersebut memilih pemberitaan yang mempunyai nilai jual tinggi.⁷

⁴ Dedy Riyadin Saputro, *Aktivitas Humas.....*, hal. 2

⁵ *Ibid.* hal. 1

⁶ Frazier Moore, *HUMAS Membangun Citra Dengan Komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 6

⁷ Belinda Devi Larasati Siswanto & Firda Zulivia Abraham, Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan, *Jurnal Penelitian Komunikasi (Online)*, Juni (2016), belindadevi@yahoo.co.id Diakses 20 September 2018

Selama ini Humas Sekretariat daerah Aceh menjadi salah satu panutan bagi Humas pemerintahan lain dalam menjalankan tugasnya sebagai pemberi informasi. Hal ini dibuktikan dengan Penghargaan Pelayanan Informasi Melalui Internet 2016 dan *Public Relation Indonesia Award (PRIA)* 2017 yang pernah diraih oleh Humas Sekretariat Daerah Aceh. Hal ini mencerminkan kerja keras Humas sebagai penyebar informasi. Humas mampu memposisikan diri sebagai gerbang informasi publik.

Tujuan Humas melakukan hubungan baik dengan media tentunya untuk mendapatkan pemberitaan positif dari awak media tentang kinerja pemerintahan. Pada kenyataannya, masih ada pemberitaan negatif yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan Humas, ini menandakan bahwa ada kesenjangan yang terjadi antara apa yang telah dilakukan Humas dengan apa yang diinginkan oleh media.

Humas di sini memposisikan diri sebagai pusat pelayanan informasi bagi masyarakat dan media, sebagaimana yang dilakukan Humas Pemerintahan Sekretariat Daerah Aceh. Sehingga wajar dikatakan bahwa pada dasarnya pekerjaan Humas merupakan pekerjaan media. Saat ini, sangat sulit untuk melakukan aktivitas kehumasan tanpa melibatkan media massa.⁸

Dalam hal ini, media juga berfungsi sebagai corong suara rakyat. Media sebagai alat yang bisa menyuarakan pikiran dan gagasan rakyat. Hal ini sebagaimana yang tercantum pada elemen ke enam dalam *Sembilan Elemen Jurnalisme* oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, yaitu memantau kekuasaan dan

⁸ Dedy Riyadin Saputro, *Aktivitas Humas...*, hal. 3

menyambung lidah yang tertindas.⁹ Dengan demikian, maka Humas dan media sama-sama berperan aktif sebagai alat penyampaian pesan kepada masyarakat.

Salah satu media yang bekerjasama dengan Humas Sekretariat Daerah Aceh adalah Koran Harian Rakyat Aceh (HRA). HRA bekerjasama dengan Humas Sekretariat Daerah Aceh dalam hal pemberitaan pembangunan Aceh. Tidak hanya pemberitaan mengenai seremonial semata, tentu juga pemberitaan mengenai ekonomi, politik, sosial, olahraga dan lain sebagainya.

Kerjasama antara Humas dan HRA sudah terjalin sejak lama. Hal ini tentunya karena adanya saling ketergantungan. Dalam praktiknya, Humas akan selalu mengirimkan rilis setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemimpin daerah. Koran HRA tentunya selalu membutuhkan berita untuk dijadikan konsumsi publik, terutama rilis yang berikan oleh Humas.

Koran HRA dipilih karena merupakan satu dari dua koran harian yang ada di Aceh dan menjadi sumber bacaan masyarakat Aceh setiap harinya selain Koran Serambi Indonesia.

Tidak semua yang diberikan oleh Humas adalah kebutuhan bagi media. Dari sekian banyak rilis yang dikirimkan Humas ke redaksi HRA, tentunya akan melalui tahap seleksi sebelum akhirnya menjadi sebuah berita. Rilis yang publikasikan biasanya merupakan berita mengenai kegiatan dan tidak melulu tentang seremonial semata.

Dalam kerjasama ini, Humas sudah menjalankan fungsinya sebagai penyampai informasi dan juga membangun hubungan baik dengan media,

⁹ Bill Kovach & Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme*, (Jakarta: Yayasan Pantau, 2006), hal. 141

sedangkan media juga memiliki peran sebagai penyebar informasi dan juga mengontrol kekuasaan.

Untuk itu, penggunaan strategi yang baik oleh Humas untuk membangun hubungan baik dengan para wartawan merupakan kegiatan yang penting. Dengan hubungan baik yang terbentuk antara Humas Sekretariat Daerah Aceh dan jurnalis media, akan diikuti oleh jumlah berita positif tentang pemerintahan yang jumlahnya lebih banyak dari berita negatif pada setiap bulannya. Berita yang disajikan merupakan realitas simbolik, realitas yang kalimat, yang tersusun sistematis, terstruktur.¹⁰

Dengan menyadari pentingnya peran media terhadap aktivitas Humas Sekretariat Daerah Aceh, maka peneliti ingin mengetahui lebih rinci tentang hubungan yang dibangun Humas dengan Koran Harian Rakyat Aceh, sehingga menimbulkan simbiosis mutualisme. Dengan hal ini, peneliti mengangkat judul penelitian “**Program dan Kegiatan Humas Sekretariat Daerah Aceh dalam Pembangunan (Studi Berita Di Harian Rakyat Aceh Edisi Desember 2018)**”.

B. Rumusan Masalah R - R A N I R Y

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka fokus masalah penelitian secara umum dirumuskan adalah: Bagaimana Program dan Kegiatan Humas Sekretariat Daerah Aceh dalam Pembangunan (Studi Berita di Harian Rakyat

¹⁰Nugrahaning Esa Pratiwi dkk, Aktivitas *Media relations* Humas Setda Kota Salatiga Dalam Membentuk Berita Positif, Jurnal Komunikasi ASPIKOM (Online), Vol.2, No.5, Juli (2015) 602013604@student.uksw.edu Diakses 20 September 2018

Aceh Edisi Desember 2018), Sedangkan secara khusus peneliti merumuskan dalam beberapa pokok pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa program kerja Humas Sekretariat Daerah Aceh?
2. Bagaimana mengimplementasikan program Humas Sekretariat Daerah melalui Harian Rakyat Aceh?
3. Bagaimana pemberitaan mengenai pembangunan Aceh di Harian Rakyat Aceh?
4. Apa kendala yang dihadapi Humas dalam melakukan kerjasama dengan Harian Rakyat Aceh?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui program kerja Humas Sekretariat Daerah Aceh.
2. Untuk mengetahui bagaimana mengimplementasikan program Humas Sekretariat Daerah melalui Harian Rakyat Aceh.
3. Untuk mengetahui pemberitaan mengenai pembangunan Aceh di Harian Rakyat Aceh
4. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Humas dalam melakukan kerjasama dengan Harian Rakyat Aceh.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmu sosial serta melatih diri dari mengembangkan pemahaman kemampuan berfikir penulis melalui

penulisan karya ilmiah mengenai program dan kegiatan Humas sekretariat daerah Aceh dalam menjalankan hubungan media dan pemberitaan.

2. Secara teoritis, diharapkan semoga penelitian ini bisa menjadi acuan pada penelitian selanjutnya dalam dunia akademis.

E. Definisi Operasional

1. Program

Program adalah rancangan mengenai asas-asas serta dengan usaha (dalam ketatanegaraan, perekonomian, dan sebagainya) yang akan dijalankan: beberapa partai menyetujui pemerintah.¹¹

2. Kegiatan

Kekuatan dan ketangkasan (dalam berusaha); keaktifan; usaha yang giat¹².

3. Humas

Pada dasarnya definisi Humas bersifat universal, apa pun jenis lembaganya, Humas didefinisikan sebagai penanggung jawab (manajer) tata kelola komunikasi. Karena fungsi utama Humas adalah komunikasi dengan publik, maka tidaklah heran bila

¹¹W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2007) hal. 911-912

¹²*Ibid.* hal. 378

beberapa lembaga pemerintah menyebut Humas sebagai komunikasi publik.¹³

4. Sekretariat

Sekretariat /sékretariat/ jabatan (pekerjaan, segenap urusan) sekretaris; kepaniteraan¹⁴.

5. Daerah

Daerah /daérah/ lingkungan suatu pemerintahan (kekuasaan)¹⁵.

6. Aceh

Aceh adalah sebuah provinsi di Indonesia. Aceh terletak di ujung utara pulau Sumatera dan merupakan provinsi paling barat di Indonesia. Ibu kotanya adalah Banda Aceh. Jumlah penduduk provinsi ini sekitar 4.500.000 jiwa. Letaknya dekat dengan Kepulauan Andaman dan Nikobar di India dan terpisahkan oleh Laut Andaman. Aceh berbatasan dengan Teluk Benggala di sebelah utara, Samudra Hindia di sebelah barat, Selat Malaka di sebelah timur, dan Sumatera Utara di sebelah tenggara dan selatan.¹⁶

7. Pembangunan

¹³ Rachmat Kriyantono, *Meneropong Praktek Publics Relations di Indonesia dengan Teori dan Riset*, (Malang: UB Press, 2018) hal. 157

¹⁴W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Besar...*, hal. 105

¹⁵*Ibid.* Hal. 254

¹⁶<https://id.m.wikipedia.org/wiki/aceh>, di akses pada 19 Agustus 2019 pukul 20:03pm

Pembangunan adalah usaha mewujudkan kesejahteraan masyarakat.¹⁷ Komunikasi sosial pembangunan dalam perspektif ilmu komunikasi berguna sebagai penyampaian informasi kepada masyarakat tentang pembangunan, memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengambil bagian secara aktif dalam proses pembuatan keputusan melalui dialog, serta secara aplikatif mendidik tenaga kerja yang memiliki pengetahuan dan keterampilan di bidang komunikasi sebagai bentuk pengembangan wawasan berfikir dan pemberdayaan masyarakat secara menyeluruh.¹⁸

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan bagi pembaca dalam memahami hasil penelitian ini maka penulis menjelaskan tentang sistematika pembahasan yang dibagi dalam lima bab yang tertuang dalam berbagai sub bab. Dalam masing-masing bab memiliki hubungan keterkaitan dengan bab dan sub bab lainnya.

Pada bab satu merupakan pendahuluan yang didalamnya akan dibahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, defenisi operasional, sistematika pembahasan dan kajian terhadap hasil penelitian terdahulu.

¹⁷ Jakob Oetama, *Pers Indonesia: Berkomunikasi Dalam Masyarakat Tidak Tulus*, (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2004) hal. 280

¹⁸ Andi Kardian Riva'I, *Komunikasi Sosial Pembangunan: Tinjauan Teori Komunikasi dalam Pembangunan Sosial*, (Pekan Baru: Haw dan Ahwa, 2016) hal. 1

Pada bab dua, pada bab ini terdapat kajian pustaka yang mana didalamnya penulis menyajikan teori-teori yang berkaitan dengan Bagaimana Program dan Kegiatan Humas Sekretariat Daerah Aceh dalam Menjalankan Hubungan Media dan Pemberitaan. Pada bab tiga berisikan tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisa data.

Pada bab empat menjelaskan tentang hasil penelitian dan analisa terhadap temuan lapangan menyangkut bagaimana Program dan Kegiatan Humas Sekretariat Daerah Aceh dalam Menjalankan Hubungan Media dan Pemberitaan.

Pada bab lima merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dan saran sebagai penutup tulisan ini.

G. Kajian Terhadap Hasil Penelitian Terdahulu

Setelah melihat dan mengecek dari berbagai pustaka yang ada di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan juga pustaka Kota Banda Aceh peneliti menemukan satu penelitian yang juga meneliti Humas suatu lembaga seperti penelitian yang penulis lakukan, yaitu skripsi yang di tulis oleh Rahmawati dengan judul “Aktivitas Humas UIN Ar-Raniry dalam menjalankan Hubungan dengan pers (Studi pada Humas UIN Ar-Raniry).¹⁹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas Humas UIN Ar-Raniry dalam menjalin kerjasama dengan pers, serta untuk mengetahui faktor pendukung, penghambat aktivitas, dan kebijakan Humas UIN Ar-Raniry dalam membangun jaringan dengan pers.

¹⁹Rahmawati, *Aktivitas Humas UIN Ar-raniry dalam Menjalin Hubungan dengan Pers (Studi pada Humas UIN Ar-raniry)*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh), hal. 40-41

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Rahmawati, bahwa Humas UIN Ar-Raniry menjalin hubungan dengan pers/media secara perorangan/kelompok dengan kru media baik elektronik atau media cetak. Selain itu Humas juga melakukan silaturahmi, dan jumpa pers yang dilakukan dalam kurun waktu tiga bulan sekali.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut juga mengetahui bahwa faktor pendukung aktivitas Humas dalam membangun hubungan dengan pers diantaranya yaitu wartawan media telah mengenal baik lembaga UIN Ar-Raniry dan banyak wartawan media yang merupakan alumni UIN Ar-Raniry. Sedangkan faktor penghambat aktivitas Humas dalam menjalin hubungan dengan pers adalah keterbatasan ilmu dan juga keterbatasan fasilitas para pelaku Humas itu sendiri, sehingga pengaruh terhadap kesempurnaan pekerja dalam aktivitas keHumasan.

Menyangkut dengan kebijakan Humas UIN Ar-Raniry dalam membangun jaringan dengan pers, Humas tidak mempunyai kebijakan dalam hal tersebut, kebijakan hanya ada di Wakil Rektor III Bidang Kerjasama dan Kemahasiswaan.

Dari penelitian oleh Herizal, "Media Relation Humas Pemerintah Aceh Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Masyarakat", hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa dalam penyampaian informasi kepada masyarakat ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh pihak Humas Pemerintah Aceh dan Media Massa yang menjalin hubungan dengan Humas itu sendiri, seperti menjaga hubungan yang baik, bekerjasama dalam menyiapkan release, menyediakan fasilitas yang memadai serta menyampaikan informasi yang sebenar-benarnya kepada media dan masyarakat. Sehingga ketika informasi yang sampai kepada

masyarakat, jelas dan transparan sehingga dapat membentuk citra positif masyarakat kepada pemerintah Aceh.²⁰

Dari penelitian yang dilakukan oleh Nova Misdayani Mandasari dengan judul penelitian “Profesionalisme Praktisi Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Kota Banda Aceh Dalam Menjalankan Kegiatan Media Relations”, hasilnya bahwa Humas Sekretariat Daerah Kota Banda Aceh telah melakukan kegiatan *media relations* secara konvensional.

Namun demikian, Humas setda Kota Banda Aceh belum memiliki dinamika dalam konteks menjalin relasi dalam jangka panjang dengan sejumlah media massa yang lazim digunakan praktisi humas pemerintah lainnya.

Kegiatan tersebut diantaranya adalah rilis pers, Konferensi pers, wawancara, *Coffee Morning*, *Penerbitan House Of Journal*, *Public Relations Online*, Kliping berita pers. Selain kegiatan *media relations* konvensional, Humas Setda Kota Banda Aceh juga memiliki kegiatan khusus dalam menjalankan fungsi dari *media relations*.

Hal ini terlihat dari pada program yang telah dijalankan oleh petugas yakni, Pariwisata, Talk Show, Iklan Layanan Masyarakat, dan Wali Kota Menjawab yang telah dilakukan dan berdampak besar bagi hubungan kedua organisasi.²¹

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mega Ceisilia, “Aktivitas Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam

²⁰ Herizal, *Media Relation Humas Pemerintah Aceh Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Masyarakat*, (Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala), hal. 61

²¹ Nova Misdayani Mandasari, *Profesionalisme Praktisi Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Kota Banda Aceh Dalam Menjalankan Kegiatan Media Relations*, (Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala), hal.104

meningkatkan citra positif perusahaan dengan melakukan publisitas, *media relations* dan management krisis”. Media yang digunakan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dalam meningkatkan citra positif perusahaan adalah media massa (cetak dan elektronik), media luar ruang (spanduk), Sawit *e-news*, dan website www.pln.co.id/riau.²²

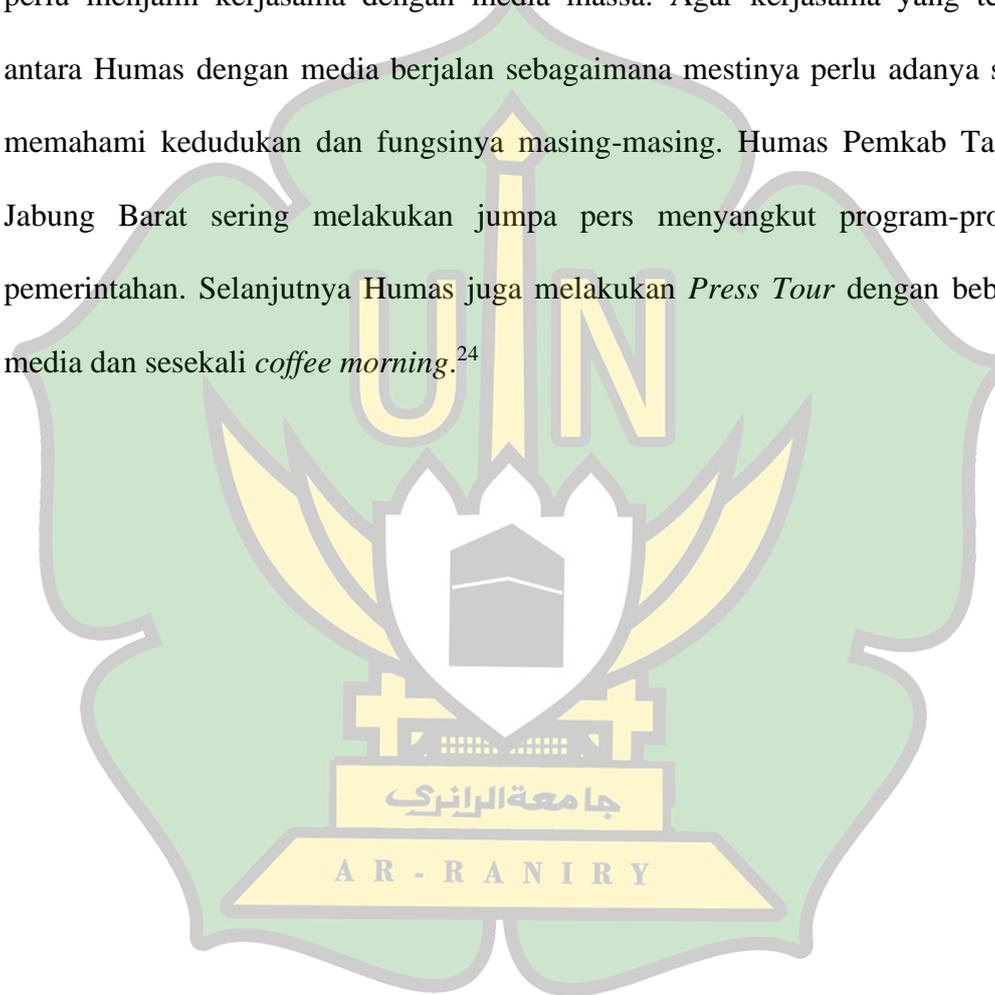
Pada penelitian yang dilakukan oleh Dedy Riyadin Saputro yang berjudul “Aktivitas Humas Dalam Menjalankan *Media relations* (Studi Deskriptif pada Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta)”, hasil yang didapat ialah bahwa Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Yogyakarta telah melakukan kegiatan *media relations* dengan cukup baik. Dalam menjalankan fungsinya, Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta telah melakukan berbagai hal agar keharmonisan hubungan dengan media dapat terjaga. Kegiatan tersebut terbagi menjadi dua yaitu bersifat formal dan non formal. Aktivitas formal *media relations* diantaranya adalah dengan melakukan *press release*, jumpa pers, kerjasama penulisan dengan media cetak, kerjasama dengan media elektronik dan *press tour*. Meskipun hubungan yang dijalankan oleh Bagian Humas dan Informasi dengan media berlangsung cukup baik, namun jalinan yang dibangun bukan tanpa halangan.²³

Penelitian lain oleh Eriansyah dengan judul “Strategi Humas Pemerintahan dalam Praktik *Media Relations*(Humas Pemerintah Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Jambi)”, menyatakan bahwa Humas Pemkab Tanjung Jabung Barat menyadari bahwa media di samping merupakan saluran informasi bagi

²² Mega Ceisilia, *Aktivitas Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan*, Vol.1, No.2, Oktober 2014, hal. 10-11

²³ Dedy Riyadin Saputro, *Aktivitas Humas...*, hal. 88

masyarakat juga sebagai alat kontrol sosial atas penyelenggaraan pemerintahan. Dari pemahaman tersebut jelas sekali Humas sangat menyadari bahwa peran media sangat penting bagi Humas untuk membangun kerjasama dengan media. Pemahaman inilah yang menjadi dasar bagi Humas Pemkab Tanjung Jabung Barat perlu menjalin kerjasama dengan media massa. Agar kerjasama yang terjalin antara Humas dengan media berjalan sebagaimana mestinya perlu adanya saling memahami kedudukan dan fungsinya masing-masing. Humas Pemkab Tanjung Jabung Barat sering melakukan jumpa pers menyangkut program-program pemerintahan. Selanjutnya Humas juga melakukan *Press Tour* dengan beberapa media dan sesekali *coffee morning*.²⁴



²⁴ Eriansyah, *strategi Humas Pemerintahan dalam Praktik Media Relations*, (Jambi, 2014) hal. 11

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Program dan Kegiatan Humas

1. Pengertian Humas (*Public Relations*)

Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan profesi yang sangat strategis. Perannya sangat dibutuhkan oleh hampir setiap organisasi dan lembaga baik swasta maupun pemerintah. Secara garis besar Humas memiliki peran untuk menciptakan, membina, dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi sebuah organisasi, lembaga, maupun perusahaan.²⁵

Dalam perkembangannya, Humas memiliki berbagai macam definisi dan interpretasi. Cutlip, dalam Morissan mendefinisikan Humas sebagai usaha terencana untuk memengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan. Sedangkan menurut Jefkins dalam Morissan terdapat begitu banyak definisi Humas, namun ia sendiri memberikan batasan Humas, yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Hal tersebut menunjukkan bahwa Humas pada intinya senantiasa berkenaan dengan kegiatan

²⁵Amiruddin Z, *Fungsi Humas Pemerintah Kota Binjai Dalam Penyebaran Informasi Kebijakan Publik, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, Vol.17,No.2, Desember (2016),amir010@kominfo.go.id Diakses 20 September 2018

penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak, yakni perubahan yang positif.²⁶

2. Fungsi Humas

Fungsi Humas sangatlah penting untuk meningkatkan kinerja pemerintah daerah dalam menyebarkan informasi-informasi kebijakan publik atau masyarakat. Humas berperan menjembatani antara kepentingan pemerintah dan masyarakat daerah di satu pihak dengan pihak-pihak lain dalam meningkatkan kinerja pembangunan di masyarakat dalam penyebaran informasi kebijakan publik. Humas merupakan ujung tombak penyelenggara informasi pemerintah di daerah.²⁷

Sebagai penyampai informasi pemerintahan, Humas pemerintah juga berfungsi untuk menyikapi berbagai isu-isu berita yang berkembang saat ini, sehingga masyarakat memperoleh terpaan informasi yang benar, terlebih saat sekarang ini banyak kemunculan informasi yang kurang akurat. Sebut saja isu yang menjadi trending topik di tahun 2017 adalah terkait dengan Pemilihan Kepala Daerah (pilkada) serentak di 101 daerah di Indonesia, dan juga tentang maraknya berita-berita bohong (*hoax*) yang beredar di masyarakat . Isu-isu

²⁶ Susie Perbawasari dkk, *Proses Public Relations Dalam Program Gerakan Pungut Sampah Pemerintah Kota Bandung*, *Jurnal Penelitian Komunikasi (Online)*, Vol.19, No.2, September (2016), susieperbawasari@yahoo.com Diakses 20 September 2018

²⁷ Amiruddin Z, *Fungsi Humas Pemerintah...*,

inisejatinya peran Humas bisa memberi andil untuk mengklarifikasi, agar masyarakat diberi pemahaman yang baik dalam proses pendidikan politik.²⁸

Menurut Rosadi Ruslan fungsi pokok Humas Pemerintah adalah sebagai berikut:

- a) Mengamankan kebijakan yang dijalankan pemerintah;
- b) Memberikan pelayanan dan menyebarkan pesan atau informasi mengenai kebijakan pemerintah dan berbagai program kerja nasional kepada masyarakat;
- c) Menjadi komunikator sekaligus mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah pada satu sisi dan di sisi lainnya, menampung aspirasi serta memperhatikan berbagai keinginan publik;
- d) Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.²⁹

3. Peran Humas

Dalam aktivitasnya untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat pada pelayanan informasi publik, pemerintah mengandalkan peran dari Humas pemerintah. Peran praktisi *public relations* sebagai fasilitator komunikasi adalah bertindak sebagai perantara dan membantu manajemen dengan menciptakan

²⁸ Syarif Budhirianto & Risa Sunarsi, *Revitalisasi Fungsi Humas Pemerintah Dalam Tata Kelola Informasi Di Biro Humas Pemprov Jabar*, *Jurnal Komunikasi* (Online), Media dan Informatika (Online), Vol.6, No.2, Juli (2017), syarifbudhi@gmail.com Diakses 20 September 2018

²⁹ Amiruddin Z, *Fungsi Humas Pemerintah...*,

kesempatan-kesempatan untuk mendengar apa kata publiknya dan menciptakan peluang agar publik mendengar apa yang diharapkan manajemen. Peran ini juga menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi komunikasi dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka. Selain itu bertindak sebagai sumber informasi dan juru komunikasi antara organisasi dan publik. Tujuannya adalah memberi informasi yang dibutuhkan oleh baik itu manajemen maupun publik untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama.³⁰

Welkinson dalam penelitiannya mengenai peran Humas pada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) dengan menggunakan Teori Dozier menemukan bahwa aktivitas Humas DPR RI lebih mengarah kepada peran fasilitator komunikasi. Ini sesuai dengan implementasi Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Hidayati (2014) pada Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI. Penelitian ini menghasilkan temuan yang menegaskan hasil temuan Welkinson sebelumnya. Penemuan tersebut berupa realita bahwa Humas pemerintah berposisi sebagai fasilitator komunikasi. Humas BPK RI disimpulkan sangat berperan dalam memberikan masukan dan kebijakan mengenai keterbukaan informasi publik. Dalam *Practice of Government Public Relations* dijelaskan bahwa memberikan pelayanan publik merupakan hal yang paling penting dan

³⁰Belinda Devi Larasati Siswanto & Firda Zulivia Abraham, *Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan*, *Jurnal Penelitian Komunikasi* (Online), Juni (2016), belindadevi@yahoo.co.id Diakses 20 September 2018

diperlukan oleh Humas pemerintah, dan tujuan dalam menyampaikan informasi publik tersebut adalah untuk memajukan kinerja pemerintahan itu sendiri.³¹

B. Humas pada Lembaga Pemerintahan

1. Tugas dan Program Humas

Saat ini, Kementerian Dalam Negeri telah menerbitkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas KeHumasan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah yang menggantikan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 51 Tahun 1998. Pemendagri ini telah secara tegas menyatakan bahwa Humas adalah juru bicara pemerintah. Selain itu, Humas juga berkewajiban menyerap aspirasi masyarakat, menjadi mediator di lingkungan internal, dan terlibat dalam pembahasan maupun perumusan berbagai kebijakan strategis di lingkungan kerja masing-masing. Pejabat keHumasan harus secara aktif berkoordinasi dan berkonsultasi dengan pucuk pimpinannya sebelum menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat.

Peraturan Pemerintah nomor 38 tahun dan Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 mengamanatkan adanya pemisahan tugas antara Humas dengan urusan informasi dan komunikasi. Humas yang merupakan bagian dari sekretariat tidak melaksanakan urusan komunikasi dan informatika. Urusan ini harus dilaksanakan oleh lembaga teknis. Tetapi, di beberapa pemerintah daerah, Humas masih melaksanakan urusan komunikasi dan informatika, seperti pelayanan internet, penyebaran informasi, pelayanan informasi yang termasuk dalam

³¹Belinda Devi Larasati Siswanto & Firda Zulivia Abraham, *Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan*, *Jurnal Penelitian Komunikasi (Online)*, Juni (2016), belindadevi@yahoo.co.id Diakses 20 September 2018

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, serta pengadaan dan pemeliharaan sarana komunikasi. Padahal, berdasarkan PP Nomor 38 Tahun 2007 dan PP Nomor 2007, tugas-tugas tersebut harus dilaksanakan oleh lembaga teknis yang melaksanakan urusan komunikasi dan informatika.

Reputasi, keburuntungan, bahkan eksistensi lanjutan suatu instansi/lembaga, dapat bergantung dari keberhasilan Humas menafsirkan target publik untuk mendukung tujuan dan kebijakan dari instansi tersebut. Seorang pejabat Humas menyajikan review tersebut sebagaimana halnya seorang konsultan atau seorang penasehat. Selain itu, Humas juga membangun dan memelihara hubungan positif dengan publik.

Humas pemerintahan pada dasarnya tidak bersifat politis. Bagian Humas di institusi pemerintah dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromasikan kebijakan-kebijakan mereka. Memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana serta hasil-hasil kerja institusi serta memberikan pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundangan-perundangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Selain keluar, Humas pemerintahan dan politik juga memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan, ataupun yang sedang diusulkan. Seiring dengan

tuntutan transparansi dari masyarakat luas sebagai publik pemerintah secara umum telah diterima sejak lama.³²

Sesuai peranannya sebagai pengabdian untuk kepentingan umum, sebagai mediator antara pimpinan dengan publik, dan sebagai dokumentator, maka program Humas dititik beratkan pada:

a. Program Pelayanan

Program ini berupa pelayanan data/informasi baik secara lisan maupun tertulis, termasuk penyelenggaraan display tetap dan pameran.

b. Program Mediator

Program ini berupa penerbitan berbagai media massa, penyelenggaraan konferensi pers, wisata pers, menjawab surat pembaca, menanggapi tajuk rencana yang negatif dan lain-lain.

c. Program Dokumentator

Program ini berupa pembuatan dokumentasi film, foto rekaman (kaset, audio dan video), transkrip pidato dan lain-lain.³³

Program-program tersebutlah yang selalu dilaksanakan Humas untuk mendapatkan citra baik bagi perusahaan ataupun instansi mereka. Tidak hanya untuk Humas pemerintahan, namun Humas nonpemerintahan juga biasa melakukan program tersebut.

³² Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintahan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) hal. 81-83

³³ H.A.W Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2008), hal. 61

2. Sarana dan Prasarana

Media memegang peranan penting dalam mensukseskan upaya Humas bila dilihat populasi jangkauan Humas sangat luas dan banyak jumlahnya. Setiap media memiliki keunggulan dan kelemahannya masing-masing, namun dengan digunakan secara terpadu akan saling melengkapi. Oleh karena itu media yang digunakan Humas selama ini adalah sebagai berikut:

a. Media tradisional dengan metode tatap muka.

Komunikasi tatap muka diselenggarakan dalam berbagai bentuk media tradisional misalnya pameran, ceramah, diskusi, kunjungan bersama-sama pers, dan lain-lain.

b. Media massa dengan metode tidak langsung.³⁴

Menyadari potensi yang dimiliki oleh media massa dalam penyebarluasan berita dan informasi, maka perlu pemikiran tentang pemilihan media dan cara-cara menggunakan media tersebut, sehingga benar-benar dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Adapun beberapa media publikasi yang dapat dimanfaatkan untuk publisitas, yaitu surat kabar, majalah, siaran radio, dan siaran televisi.

1) Surat Kabar

Surat kabar merupakan media publikasi utama. Ia dibaca oleh jutaan orang, mendapat kepercayaan dari pembacanya, mempengaruhi opini publik, muncul secara teratur, dan secara intensif meliputi berita-berita lokal dan regional.

2) Majalah

³⁴ H.A.W Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2008), hal. 69

Majalah merupakan media penting untuk menghasilkan gagasan feature dan publisitas bergambar. Majalah biasanya dibaca saat-saat senggang (santai). Beritanya biasa akan dibaca oleh sejumlah orang dan cenderung akan disimpan untuk bahan referensi untuk masa mendatang. Majalah yang menyediakan ruangan untuk membeberkan sebuah kisah secara tuntas, biasanya cocok untuk artikel publisitas pendidikan atau pelayanan masyarakat. Penampilan majalah yang menarik dengan kertas yang tebal dan berwarna pantas untuk publisitas bergambar.

3) Siaran Radio

Siaran radio mempunyai kemampuan menjangkau pendengar di segenap penjuru tanah air tanpa kesulitan karena letak geografis maupun jarak siaran radio, sehingga sebagian besar penduduk bisa mengikuti. Siaran radio bisa dinikmati oleh setiap orang. Ada beberapa keunggulan siaran radio, yaitu:

- a) Siaran radio mempunyai kekuatan untuk mengutarakan gagasan atau pendapat secara sederhana dan langsung;
- b) Sangat luwes karena mudah dikoreksi, ditambah atau ditulis kembali sebelum siaran; dan
- c) Radio sudah memiliki publik khusus.

4) Siaran Televisi

Siaran televisi berfungsi untuk menyebarkan informasi dan berita dimulai sejak tahun 1962, perluasan siarannya baru dimulai sejak tahun 1976,

sejak adanya satelit domestik Palapa. Keunggulan televisi sebagai media massa adalah:

- a) Siaran dipancarkan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat;
- b) Mempunyai daya tarik khusus sebagai media pandang-dengar (audio-visual).

5) Newsletter

Newsletter adalah bentuk publikasi dari perusahaan yang bersangkutan itu sendiri. Beberapa keuntungan newsletter adalah sebagai berikut.

a) Udara Kemerdekaan

Ketika membuat newsletter, Humas memiliki kebebasan untuk menuangkan semua ide, terutama untuk hal-hal yang bersifat promosi. Bukan sebuah tulisan sinis dan skeptis. Guna memaksimalkan keuntungannya, sebuah newsletter sebaiknya menawarkan tambahan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat sehingga mereka mau membacanya.

b) Informasi Bersifat Khusus

Newsletter dapat bersifat sangat khusus, yaitu berisi informasi yang tidak dapat ditemukan di buku, media massa umum, atau newsletter lainnya.

c) Dibaca Sampai Selesai

Masyarakat pembaca newsletter tidaklah sama dengan ketika mereka membaca brosur. Kalau brosur hanya dibaca ketika dibutuhkan, maka newsletter dapat dibawa kemana-mana dan

dibaca umumnya hingga satu bulan. Oleh karena itu, penerbitan newsletter perlu diatur.

d) Persaingan Minimal

Persaingan newsletter satu dengan yang lainnya sangat minimal. Karena newsletter yang diterbitkan perusahaan lain relatif sedikit.

e) Menarik Dan Berpengaruh

Newsletter bisa menjadi salah satu acuan bagi pengambil keputusan. Biasanya, newsletter tidak diabaikan dan dibuang begitu saja sebagaimana yang terjadi pada brosur. Itulah, mengapa newsletter sangat lebih efektif daripada brosur.

f) Peningkatan Pendapatan

Newsletter memang disediakan garis untuk publik. Tetapi, newsletter juga mungkin memberikan pendapat. Diantaranya, bisa saja ada beberapa pembaca yang ingin memesan halaman advertorial atau membayar untuk beberapa isu. Selain itu, sediakanlah beberapa ruang iklan. Dana bantuan juga akan membantu menutup biaya newsletter.

Sebagaimana media publikasi lainnya, newsletter juga memiliki kekurangan. Diantarnya adalah sebagai berikut.

- a. Biaya produksi yang mahal
- b. Penerbitan menyita waktu dan perhatian.
- c. Pemilihan isu menarik cukup sulit.

Media publikasi lainnya juga dapat digunakan oleh Humas adalah leaflet, brosur, kalender, stiker, poster, banner, baliho, dan lainnya. Kelebihan dari media ini adalah Humas dapat mencetak sendiri dan menyampaikan langsung kepada publiknya. Selain itu, melalui leaflet, Humas dapat menyampaikan informasi selengkap mungkin. Tetapi media publikasi ini juga memiliki kelemahan, yakni mahal dan publik yang dapat diraih terbatas.

Pemilihan media publikasi juga harus mempertimbangkan publik sasarannya. Apabila suatu perusahaan hanya mendistribusikan produknya secara lokal, cukup memilih media yang bersifat lokal, yaitu media yang hanya dijangkau masyarakat di daerah tertentu. Cara ini lebih murah dan lebih efektif. Tetapi, apabila publik sasarannya bersifat luas, media nasional dapat menjadi pilihan tepat.

Selain itu pangsa pasar dari media yang dipilih juga perlu dipertimbangkan. Misalnya, perusahaan A hendak memasarkan produknya yang diperuntukkan bagi masyarakat kalangan menengah ke bawah. Perusahaan A harus memilih media publikasi yang pangsa pasarnya adalah masyarakat kalangan menengah ke bawah.³⁵

3. Kedudukan Humas dalam Instansi Pemerintahan

Keberadaan Humas pemerintah (*Government Public Relations*) menjadi isu yang mengemuka saat ini, dimana revitalisasi merupakan usaha yang tepat untuk meningkatkan pelayanan informasi publik yang lebih baik. Oleh karena di

³⁵ Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintahan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) hal. 47-50

tataran pemerintah pusat dan daerah kerap terjadi miskomunikasi dan informasi kepada masyarakat, banyak tahap-tahap pembangunan yang semestinya diketahui masyarakat kenyataannya tidak diketahui secara transparan. Bahkan sebaliknya, dengan dinamika media komunikasi ke berbagai bentuk sosial media membuat isu-isu positif pemerintahan “terbenam” dengan informasi lain.³⁶

Kedudukan Humas dalam sebuah instansi pemerintahan tidak bisa dipungkiri lagi. Humas lah yang menjadi pengatur citra baik, informasi dan juga hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Humas dituntut untuk bisa memberikan informasi yang transparan dan jelas kepada masyarakat berjatitan dengann kerja pemerintah.

Mengenai kedudukan Humas dalam lembaga Pemerintahan, Cutlip & Center, mengatakan bahwa idealnya Humas dimasukkan dalam staf inti, langsung berada di bawah pimpinan (*decision makers*), atau *top managers*, supaya lebih mampu dalam menjalankan tugasnya. Dengan posisi itu, ia dapat mengetahui langsung latar belakang dari suatu keputusan yang diambil oleh pimpinan lembaga, sehingga ia langsung mendapat bahan informasi untuk disampaikan kepada publik yang bersangkutan. Sebagaimana diketahui, Humas di dalam menjalankan fungsinya mengemban tugas guna melayani kepentingan publik, yang pada akhirnya membangun citra kantor atau organisasi di mana Humas itu berada.

Humas Pemerintah mempunyai peran penting dalam membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik, sehingga Humas Pemerintah

³⁶Syarif Budhirianto & Risa Sunarsi, Revitalisasi Fungsi Humas Pemerintah Dalam Tata Kelola Informasi Dibiuro Humas Pemprov Jabar, Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika (Online), Vol.6, No.2, Juli (2017), syarifbudhi@gmail.com Diakses 20 September 2018

memposisikan sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media. Hal ini berarti Humas pemerintahan bertugas menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat.³⁷

Humas pemerintah pada dasarnya tidak bersifat politis, Humas pemerintahan dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan pemerintahan, memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana tentang peraturan dan perundang-undangan, dan segala sesuatunya yang berpengaruh kepada kehidupan masyarakat. Humas instansi pemerintahan yang memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan Humas pada umumnya, membutuhkan dasar hukum yang jelas dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Terlebih, efek dari kinerja Humas instansi pemerintah sangat luas dan tidak terbatas kepada sekelompok publik tertentu. Perbedaan tersebut terletak pada orientasi pelaksanaan pekerjaan yang tidak berusaha memperoleh keuntungan berupa materi tetapi pada kepuasan masyarakat akan kinerja pemerintah.³⁸

Tugas Humas pada lembaga pemerintahan tentunya tidak jauh berbeda dengan Humas suatu perusahaan lainnya. Jika Humas perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan yang baik mengenai produknya, maka Humas

³⁷Amiruddin Z, Fungsi Humas Pemerintah Kota Binjai Dalam Penyebaran Informasi Kebijakan Publik, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan, Vol.17,No.2, Desember (2016),amir010@kominfo.go.id Diakses 20 September 2018

³⁸Nugrahaning Esa Pratiwi dkk, Aktivitas Media Relations Humas Setda Kota Salatiga Dalam Membentuk Berita Positif, Jurnal Komunikasi ASPIKOM (Online), Vol.2, No.5, Juli (2015) 602013604@student.uksw.edu Diakses 20 September 2018

pemerintahan memiliki tujuan memberikan citra positif pemerintahan di mata masyarakat.

Tentunya Humas tidak ikut campur dalam urusan politik pemerintah. Humas hanya melakukan tugasnya melayani serta menyebarkan informasi yang luas dan bersamaan. Kinerja Humas yang baik akan memberikan dampak positif bagi lembaga pemerintahan.

4. Humas dan Hubungannya dengan Media

Public Relations membutuhkan media massa dan media massa membutuhkan *Public Relations*. Ungkapan ini tidak salah karena pada kenyataannya, dalam kegiatan sehari-hari, media massa dan *Public Relations* saling membutuhkan dalam menjalankan tugasnya. Untuk menyampaikan pesannya kepada masyarakat (dalam hal ini publik), seorang *Public Relations* tidak mungkin dapat menjangkau khalayak sarannya yang tersebar dalam sebaran geografis yang luas, dengan menggunakan komunikasi secara langsung. Kalaupun hal ini dilakukan, tenaga dan biaya yang sangat besar jelas dibutuhkan. Oleh karena itu, untuk mempermudah pekerjaannya, seorang *Public Relations* membutuhkan media massa. Sebaliknya, media massa (dalam hal ini adalah Institusi Media dan pekerja media, termasuk wartawan) juga membutuhkan *Public Relations* sebagai sumber berita bagi media tersebut.

Sebagai contoh, seorang *Public Relations* bisa menjadi sumber informasi yang dibutuhkan oleh wartawan ketika wartawan itu membutuhkan informasi yang berhubungan dengan perusahaan tempat mereka berada. Peranan lainnya,

seorang *Public Relations* dapat juga sebagai mediator yang menghubungkan wartawan dengan sumber informasi. Sumber informasi di sini misalnya direktur utama, manajer, atau orang-orang yang memiliki kredibilitas pada topic atau permasalahan tertentu yang ada di perusahaan atau institusi tempat *Public Relations* itu berada.

Sayangnya, fakta yang ada di lapangan sering kali jauh berbeda dengan kondisi ideal yang digambarkan dalam teori dan konsep. Bahkan, kondisi di lapangan sangat bertentangan dengan apa yang diharapkan. Hubungan antara *Public Relations* dan media massa sering kali kurang harmonis. Ada banyak khusus yang terjadi di masyarakat sebagai bukti hubungan yang kurang baik antara *Public Relations* dengan media massa.

Fakta tentang fenomena hubungan antara *Public Relations* dan media massa (termasuk wartawan) dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Pusat Studi Keamanan dan Perdamaian (PSKP) Universitas Gadjah Mada (UGM). Penelitian yang dilakukan di beberapa perusahaan migas di wilayah eksplorasi migas Sumatra Bagian Selatan (Sumbagsel), khususnya satu contoh yang menunjukkan kurang harmonisnya hubungan antara *Public Relations* dan wartawan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pusat Studi Keadaan dan Perdamaian (PSKP) Universitas Gadjah Mada (UGM) menunjukkan bahwa hubungan antara *Public Relations* di beberapa perusahaan migas yang ada di Sumatra Bagian Selatan (Sumbagsel) dengan wartawan sering kali berada pada kondisi yang tidak harmonis. Hal ini disebabkan karena perbedaan kepentingan di antara kedua profesi tersebut.

Public Relations yang ada di perusahaan migas ini selalu menekankan pencitraan dalam setiap kegiatan yang mereka lakukan. Semua program yang dikerjakannya mulai dari kegiatan sosial, beriklan, sampai pembuatan berita maupun publisitas, dalam rangka membangun citra positif perusahaan migas ini. Karena penekanannya lebih pada pencitraan positif perusahaan migas maka tidak jarang *Public Relations* yang ada di perusahaan migas tersebut membuat ‘konstruksi pesan’ untuk suatu informasi. Akibatnya, realitas semu lah yang disampaikan kepada khalayak. Pada tataran ini, jelas sekali tanggung jawab untuk menyampaikan kebenaran kepada masyarakat tidak dapat dipenuhi.

Bagi wartawan dan pekerja media lainnya, apa yang dilakukan oleh *Public Relations* ini sangat tidak jelas sangat bertentangan dengan tugas dan tanggung jawab wartawan. Bagi wartawan dan pekerja media lainnya, yang menjadi penekanan penting dalam pekerjaan mereka adalah kebenaran berita yang disampaikan kepada masyarakat. Apa yang seharusnya diketahui oleh masyarakat, itulah yang diusahakan oleh wartawan untuk disampaikan kepada masyarakat.

Dalam hubungannya dengan perusahaan migas, dalam pandangan wartawan perusahaan migas merupakan salah satu sumber informasi bagi wartawan, baik tingkat lokal maupun tingkat nasional, yang harus diberitakan kepada masyarakat. Dianggap penting karena perusahaan migas merupakan perusahaan yang memiliki keterkaitan yang sangat tinggi dengan hajat hidup masyarakat kita. Informasi yang memiliki keterkaitan dengan masyarakat luas tersebut misalnya informasi tentang konflik horizontal dan vertikal yang terjadi di ladang minyak dan gas (migas) di perusahaan nasional dan multinasional yang

ada di Indonesia. Atau kasus lainnya tentang persoalan pembebasan lahan, kebocoran pipa gas atau sumur minyak, rekrutmen tenaga kerja, hingga pembagian keuntungan menjadi isu sentral yang sangat menarik untuk diberitakan. Selain itu, sumber berita lain yang sangat menarik untuk diberitakan adalah ancaman keamanan lingkungan perusahaan yang menjadi kekhawatiran masyarakat setempat ataupun para pekerja setempat.

Menurut Masduki, konflik dan hubungan yang kurang harmonis antara *Public Relations* dan wartawan ini biasanya disebabkan karena pemahaman yang tidak utuh atas eksistensi media massa di suatu daerah. Pemahaman yang tidak utuh ini menyebabkan hubungan perusahaan migas dengan pelaku media memburuk, terutama, ketika terjadi konflik. Represi dan eksploitasi yang dilakukan media terhadap perusahaan migas lebih banyak disebabkan oleh miskomunikasi dan minimnya wawasan kedua belah pihak (pelaku media dan *Public Relations*) dalam memahami tugas masing-masing atas sebuah peristiwa atau isu krusial.

Seperti yang terjadi dalam pekerjaan *Public Relations* yang ada di perusahaan migas yang sudah dijelaskan pada bagian atas, bagi *Public Relations* yang ada di Perusahaan migas, citra positif perusahaan merupakan hal yang sangat penting. Bisa dikatakan, semua pekerjaan dan kegiatan dilakukan oleh *Public Relations* di Perusahaan tersebut didasari oleh motivasi untuk membangun citra positif perusahaan migas ini. Melalui program-program yang dikerjakannya, mulai dari kegiatan sosial, beriklan, sampai pembuatan berita maupun publisitas, semua dilakukan dalam kerangka membangun citra positif perusahaan migas ini.

Dalam konteks membangun citra positif perusahaan melalui publisitas biasanya *Public Relations* yang ada di perusahaan migas tersebut akan berusaha membuat tulisan-tulisan yang positif tentang perusahaan. Akibatnya, hal-hal negatif yang terjadi di perusahaan sering kali berusaha ditutupi, bahkan sebisa mungkin diupayakan jangan sampai muncul ke permukaan. Orientasi ini membawa satu dampak pada ‘penyoritan’ informasi yang akan disampaikan kepada khalayak melalui media massa. Informasi dan pesan yang mampu membangun citra positif akan diberitakan melalui media massa, sedangkan informasi dan pesan yang mempunyai peluang untuk menghancurkan nama baik perusahaan atau organisasi tidak akan diberitakan. Akibatnya, tidak jarang berita-berita serta informasi yang memiliki nilai kebenaran tidak disampaikan kepada khalayak. Alasannya, apabila informasi atau berita itu dipublikasikan kepada masyarakat melalui media maka akan merusak pandangan masyarakat terhadap perusahaan atau organisasi itu.

Prinsip ini jelas membawa satu konsekuensi yang tidak dapat dihindarkan. Karena penekanan dari setiap pekerjaan yang dilakukan oleh *Public Relations* itu lebih mengacu pada pencitraan, maka tidak jarang seorang *Public Relations* terjebak pada suatu kondisi untuk mengontruksi suatu informasi. Akibatnya terjadi pemberitaan dan publikasi yang tidak benar, bahkan terjadi pembohongan publik. Apa yang disampaikan oleh *Public Relations* bukan berdasarkan pada fakta yang sesungguhnya, melainkan rekonstruksi dari suatu fakta, dengan harapan dapat membantu citra positif perusahaan atau organisasi tempat mereka berada.

Berbeda dengan *Public Relations*, bagi wartawan dan pekerja media lainnya, yang menjadi penekanan penting dari sebuah pemberitaan adalah kekuatan sebuah berita. Dalam pandangan mereka, masyarakat harus mendapat berita sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi. Masyarakat mempunyai hak untuk mendapatkan informasi seperti apa yang seharusnya mereka dapatkan. Sebuah berita tidak boleh membohongi masyarakat. Tuntutan wartawan ini jelas sekali sangat bertentangan dengan apa yang dikehendaki oleh *Public Relations*. Penyampaian berita yang faktual, akurat, dan apa adanya, jelas bukanlah suatu cara untuk membangun citra, terlebih ketika perusahaan atau organisasi itu sedang mengalami suatu permasalahan atau mengalami suatu konflik. Pemberitaan tentang konflik atau permasalahan yang terjadi dalam suatu perusahaan secara jujur dan apa adanya jelas merusak citra perusahaan tersebut.³⁹

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pusat Studi Keadaan dan Perdamaian (PSKP) Universitas Gadjah Mada (UGM) menunjukkan bahwa hubungan antara *Public Relations* di beberapa perusahaan migas yang ada di Sumatra Bagian Selatan (Sumbagsel) dengan wartawan sering kali berada pada kondisi yang tidak harmonis. Hal ini disebabkan karena perbedaan kepentingan di antara kedua profesi tersebut.

Public Relations yang ada di perusahaan migas ini selalu menekankan pencitraan dalam setiap kegiatan yang mereka lakukan. Semua program yang dikerjakannya mulai dari kegiatan sosial, beriklan, sampai pembuatan berita maupun publisitas, dalam rangka membangun citra positif perusahaan migras

³⁹Rini Darasmasturi, *Media Relations*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012) hal.4-7

ini. Karena penekanannya lebih pada pencitraan positif perusahaan migas maka tidak jarang *Public Relations* yang ada di perusahaan migas tersebut membuat ‘konstruksi pesan’ untuk suatu informasi. Akibatnya, realitas semu lah yang disampaikan kepada khalayak. Pada tataran ini, jelas sekali tanggung jawab untuk menyampaikan kebenaran kepada masyarakat tidak dapat dipenuhi.

Bagi wartawan dan pekerja media lainnya, apa yang dilakukan oleh *Public Relations* ini sangat tidak jelas sangat bertentangan dengan tugas dan tanggung jawab wartawan. Bagi wartawan dan pekerja media lainnya, yang menjadi penekanan penting dalam pekerjaan mereka adalah kebenaran berita yang disampaikan kepada masyarakat. Apa yang seharusnya diketahui oleh masyarakat, itulah yang diusahakan oleh wartawan untuk disampaikan kepada masyarakat.

Dalam hubungannya dengan perusahaan migas, dalam pandangan wartawan perusahaan migas merupakan salah satu sumber informasi bagi wartawan, baik tingkat lokal maupun tingkat nasional, yang harus diberitakan kepada masyarakat. Dianggap penting karena perusahaan migas merupakan perusahaan yang memiliki keterkaitan yang sangat tinggi dengan hajat hidup masyarakat kita. Informasi yang memiliki keterkaitan dengan masyarakat luas tersebut misalnya informasi tentang konflik horizontal dan vertikal yang terjadi di ladang minyak dan gas (migas) di perusahaan nasional dan multinasional yang ada di Indonesia. Atau kasus lainnya tentang persoalan pembebasan lahan, kebocoran pipa gas atau sumur minyak, rekrutmen tenaga kerja, hingga pembagian keuntungan menjadi isu sentral yang sangat menarik untuk

diberitakan. Selain itu, sumber berita lain yang sangat menarik untuk diberitakan adalah ancaman keamanan lingkungan perusahaan yang menjadi kekhawatiran masyarakat setempat ataupun para pekerja setempat.

Menurut Masduki, konflik dan hubungan yang kurang harmonis antara *Public Relations* dan wartawan ini biasanya disebabkan karena pemahaman yang tidak utuh atas eksistensi media massa di suatu daerah. Pemahaman yang tidak utuh ini menyebabkan hubungan perusahaan migas dengan pelaku media memburuk, terutama, ketika terjadi konflik. Represi dan eksploitasi yang dilakukan media terhadap perusahaan migas lebih banyak disebabkan oleh miskomunikasi dan minimnya wawasan kedua belah pihak (pelaku media dan *Public Relations*) dalam memahami tugas masing-masing atas sebuah peristiwa atau isu krusial.

Seperti yang terjadi dalam pekerjaan *Public Relations* yang ada di perusahaan migas yang sudah dijelaskan pada bagian atas, bagi *Public Relations* yang ada di Perusahaan migas, citra positif perusahaan merupakan hal yang sangat penting. Bisa dikatakan, semua pekerjaan dan kegiatan dilakukan oleh *Public Relations* di Perusahaan tersebut didasari oleh motivasi untuk membangun citra positif perusahaan migas ini. Melalui program-program yang dikerjakannya, mulai dari kegiatan sosial, beriklan, sampai pembuatan berita maupun publisitas, semua dilakukan dalam kerangka membangun citra positif perusahaan migas ini.

Dalam konteks membangun citra positif perusahaan melalui publisitas biasanya *Public Relations* yang ada di perusahaan migas tersebut akan berusaha membuat tulisan-tulisan yang positif tentang perusahaan. Akibatnya, hal-hal

negatif yang terjadi di perusahaan sering kali berusaha ditutupi, bahkan sebisa mungkin diupayakan jangan sampai muncul ke permukaan. Orientasi ini membawa satu dampak pada ‘penyoritan’ informasi yang akan disampaikan kepada khalayak melalui media massa. Informasi dan pesan yang mampu membangun citra positif akan diberitakan melalui media massa, sedangkan informasi dan pesan yang mempunyai peluang untuk menghancurkan nama baik perusahaan atau organisasi tidak akan diberitakan. Akibatnya, tidak jarang berita-berita serta informasi yang memiliki nilai kebenaran tidak disampaikan kepada khalayak. Alasannya, apabila informasi atau berita itu dipublikasikan kepada masyarakat melalui media maka akan merusak pandangan masyarakat terhadap perusahaan atau organisasi itu.

Prinsip ini jelas membawa satu konsekuensi yang tidak dapat dihindarkan. Karena penekanan dari setiap pekerjaan yang dilakukan oleh *Public Relations* itu lebih mengacu pada pencitraan, maka tidak jarang seorang *Public Relations* terjebak pada suatu kondisi untuk mengontruksi suatu informasi. Akibatnya terjadi pemberitaan dan publikasi yang tidak benar, bahkan terjadi pembohongan publik. Apa yang disampaikan oleh *Public Relations* bukan berdasarkan pada fakta yang sesungguhnya, melainkan rekonstruksi dari suatu fakta, dengan harapan dapat membantu citra positif perusahaan atau organisasi tempat mereka berada.

Berbeda dengan *Public Relations*, bagi wartawan dan pekerja media lainnya, yang menjadi penekanan penting dari sebuah pemberitaan adalah kekuatan sebuah berita. Dalam pandangan mereka, masyarakat harus mendapat

berita sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi. Masyarakat mempunyai hak untuk mendapatkan informasi seperti apa yang seharusnya mereka dapatkan. Sebuah berita tidak boleh membohongi masyarakat. Tuntutan wartawan ini jelas sekali sangat bertentangan dengan apa yang dikehendaki oleh *Public Relations*. Penyampaian berita yang faktual, akurat, dan apa adanya, jelas bukanlah suatu cara untuk membangun citra, terlebih ketika perusahaan atau organisasi itu sedang mengalami suatu permasalahan atau mengalami suatu konflik. Pemberitaan tentang konflik atau permasalahan yang terjadi dalam suatu perusahaan secara jujur dan apa adanya jelas merusak citra perusahaan tersebut.⁴⁰

C. Hubungan Media

1. Pengertian Hubungan Media

Public Relations sebagai fungsi komunikasi dalam organisasi dan sebagai profesi, saat ini telah berkembang cukup baik di Indonesia. Fungsi PR yakni menyampaikan informasi kepada khalayak, telah dilakukan oleh berbagai pihak sejak awal Indonesia merdeka. Hal ini terlihat pada pengumuman kemerdekaan Republik Indonesia yang telah dideklarasikan oleh Proklamator Soekarno-Hatta yang kemudian bisa tersebar ke seluruh penjuru daerah di Indonesia bahkan ke luar negeri. Media yang melakukan fungsi PR ini antara lain adalah Radio Republik Indonesia. Sedangkan PR sebagai profesi mulai dikenalkan oleh perusahaan-perusahaan Belanda yang diambilalih oleh pemerintah Indonesia, seperti perusahaan penerbangan Garuda serta perusahaan-perusahaan minyak

⁴⁰Rini Darasmasturi, *Media Relations*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012) hal.4-7

asing. PR dan perusahaan minyak asing menjalankan fungsi untuk melakukan pendekatan dan negosiasi kepada pemerintah Indonesia yang berkaitan dengan perjanjian kerjasama penambangan minyak di wilayah RI.⁴¹

Jadi, pada dasarnya Indonesia sudah memiliki PR pada masa kemerdekaan Republik Indonesia. Waktu itu seseorang yang bertugas sebagai PR menggunakan media radio sebagai alat menyampaikan pesan kemerdekaan kepada seluruh masyarakat Indonesia maupun mancanegara.

Perkembangan fungsi dan praktik PR Indonesia, tidak terlampau pesat. Namun secara bertahap, fungsi dan peranan PR mulai diterapkan di banyak organisasi baik pemerintah maupun swasta, organisasi profit dan non profit. Peranan PR di lembaga-lembaga tersebut bervariasi, mulai yang *technical supporting* sampai dengan strategis di jajaran *top level* manajemen. Fungsi dan peranan PR yang bervariasi tersebut dikaitkan dengan jenis serta kebutuhan organisasi masing-masing serta pemahaman pihak manajemen terhadap penting atau tidaknya fungsi dan peranan PR. Semakin luasnya pemahaman pimpinan/manajemen terhadap fungsi dan peranan PR, maka kedudukan PR juga semakin baik dan strategis, atau sebaliknya semakin berkurangnya pemahaman pimpinan/manajemen terhadap PR, maka fungsi dan peranan PR di organisasi tersebut semakin tidak penting.⁴²

Dalam hal ini, jelas bahwa pemahaman pemimpin tentang pentingnya PR sangat berpengaruh terhadap baik tidaknya pelayanan yang diberikan. Hal ini juga

⁴¹Diah Wardhani, *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal. 2

⁴² Diah Wardhani, *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal. 2

berdampak pada kinerja pemerintahan dan citra instansi yang terbentuk di masyarakat.

Aktivitas PR yang paling sering dilakukan adalah Media Relations, yakni menjalani hubungan baik dengan pihak media massa yang dalam hal ini diwakili oleh para wartawan/jurnalis. Saat organisasi berkeinginan adanya publikasi, maka pimpinan akan menugaskan PR untuk menghubungi media dan mengundang mereka saat acara yang dimaksud diselenggarakan. PR sesungguhnya perlu berinisiatif untuk membuat program *media relations* secara rutin pertahunnya. Pada umumnya, *media relations* yang dilakukan atau ditugaskan perusahaan kepada PR hanya terbatas pada mengundang media di saat tertentu. Hubungan lembaga dan media pun hanya sebatas pada saat acara-acara seremonial. Kondisi ini menimbulkan kesan media, bahwa mereka sering hanya dimanfaatkan pada saat-saat tertentu saja. Kesan negatif ini pun melahirkan sikap antipasti media. Hal itu tercermin dalam penerimaan mereka saat menerima undangan seremoni dan siaran pers dari perusahaan. Mereka kemudian jarang sekali membaca dengan seksama undangan serta siaran pers tersebut. Tak jarang, para redaktur kemudian membuang undangan serta siaran pers ke keranjang sampah. Bahkan yang paling menyedihkan adalah, bila para redaktur menyampaikan “doktrin” agar wartawan di bawah tanggung jawabnya tidak perlu menomorsatukan undangan perusahaan atau siaran pers yang diberikan, kecuali penugasan dari redaksi masing-masing.⁴³

⁴³ Diah Wardhani, *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal. 2-4

Dengan demikian, penting bagi PR untuk membangun hubungan baik dengan media. Pada dasarnya, hubungan media sangat luas, bukan hanya sebatas acara seremonial. Hubungan baik yang terjalin antara media dan PR bisa berlangsung secara rutin, sehingga media tidak merasa dimanfaatkan sebagai batu lompatan atas kinerja Humas, melainkan menciptakan rasa saling ketergantungan.

2. Perkembangan Media

Hasil kajian melahirkan tiga periode perjalanan media massa, yakni masa “sebelum komunikasi massa”, masa “komunikasi massa”, dan masa “studi media massa”. Masing-masing masa memiliki fitur dan aspek utama penelitian yang berbeda, bahkan metode dalam penelitian. Selain itu, pada kepemilikan media dan hubungannya dengan masyarakat-negara, berubah posisi.

Media massa setiap masa mengambil sikap yang unik dan benar-benar menentukan. Pada periode sebelum komunikasi massa, lebih dikenal dengan pers, media massa menjadi alat utama politik penguasa. Pers dianggap sangat berpengaruh dalam memperoleh dan menegakkan kekuasaan. Mulai dari para filsuf dan panglima perang menyampaikan himbauan sang kaisar, titah sang kaisar melalui *Acta Diurna*, sampai lahirnya *Zeitungskunde* yang dijadikan/melahirkan sikap penguasa (seperti Louisiv, Napoleon dan Bismarck) terhadap pers. Ketika dijadikan sebagai disiplin ilmu pun (*Zeitungswissenschaft*) melahirkan kajian *presspolitik*. hal itu pula yang melahirkanduagenrestudi pers pada masa berikutnya, yang berkaitan dengan kekuasaan dan negara, yakni “politik komunikasi” dan “komunikasi politik”

Pada Periode Terakhir, Konfigurasi Media Massa Mengalami Perubahan Dalam Hal Posisi Dan Kajian. Posisi Media Di Seluruh Dunia, Kini Hampir Mendekati Konsepsi *Liberalism* Pada Masa Kedua. Kepemilikan Privat Media Massa Sangat Menonjol. Terjadilah Konglomerasi Media –Termasuk Di Indonesia– Terutama Televisi Dan Surat kabar.⁴⁴

Di Australia, Tony Moore berpendapat bahwa internet akan menjadi 'penyelamat *jurnalisme*'. Akan tetapi, apa yang akan hilang adalah versi jurnalisme abad ke-20. 'Model' *Jurnalisme* yang telah diadakan sejak diperkenalkannya mesin cetak sekarang sudah tidak berlaku lagi. Dalam beberapa tahun sejak edisi pertama buku ini diterbitkan pada tahun 2007, media sosial telah mengubah cara individu, perusahaan, pemerintah dan sektor non-profit komunikatif, ini termasuk bagaimana media berkomunikasi dengan pemirsa dan bagaimana kita, sebagai profesional hubungan media, berkomunikasi dengan media. Pada saat yang sama, media sosial dan teknologi digital lainnya juga menyediakan sarana untuk menghindari kebutuhan untuk bekerja dengan media baru, menjangkau pemirsa khusus dan publik melalui saluran komunikasi alternatif yang ditargetkan seperti Twitter, Facebook, dari youtube. Pilihan komunikasi tidak pernah lebih besar, tetapi masalahnya adalah bagaimana untuk memulai, bagaimana untuk memilih dan bagaimana membuat pilihan terbaik.⁴⁵

⁴⁴ Aa Bambang A.S, Periode Perkembangan Media Massa, Jurnal Studi Komunikasi dan Media (Online), Vol.18, No.1, Januari-Juni (2014), Diakses 20 September 2018

⁴⁵ Jane Johnston, *Media Relations Issues &Strategie*, (Australia: National Library of Australia, 2013), hal. 2

3. Membangun Media Relations

Dalam jurnal yang ditulis oleh Nugrahaning Esa Pratiwi dkk, Humas membutuhkan media massa sebagai sarana dalam menyampaikan program kerja pemerintah kepada masyarakat luas secara merata. Selama menjalin hubungan dengan media, diakui oleh seluruh pegawai bahwa Humas tidak membatasi media apapun yang ingin menjadi partner Humas tetapi jurnalis dari media apapun diterima Humas tanpa membedakan dengan yang lainnya. Humas yang telah memiliki hubungan baik dengan jurnalis media massa tidak menutup mata tetapi terus mengadakan perubahan dan perbaikan agar hubungan dengan pers yang selama ini tercipta terus terjaga dengan baik, Perubahan dan perbaikan tersebut direalisasikan dengan melakukan aktifitas media relations yaitu usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi Humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Hubungan media terjalin baik secara formal maupun informal. Hubungan baik dapat tercipta juga melalui kegiatan yang Humas lakukan. Maksud dari aktifitas media relations dalam hubungan formal adalah hubungan Humas dan media dalam suatu kegiatan yang telah menjadi agenda pemerintah dan memiliki anggaran khusus dari pemerintah dalam pelaksanaannya.⁴⁶

Secara teknis, membangun media relations menurut Frank Jefkins:

⁴⁶Nugrahaning Esa Pratiwi dkk, Aktivitas Media Relations Humas Setda Kota Salatiga Dalam Membentuk Berita Positif, Jurnal Komunikasi ASPIKOM (Online), Vol.2, No.5, Juli (2015) 602013604@student.uksw.edu Diakses 20 September 2018

- a. Memahami media: yaitu dengan mengetahui karakteristik masing-masing media, kekuatan dan kelemahannya, bagaimana memproduksi berita, program di radio dan televisi. Caranya dengan pengamatan, melakukan kunjungan ke media, melakukan wawancara melalui telepon mengenai hal-hal yang terkait dengan upaya untuk lebih mengenali media.
- b. Memahami hal penting tentang media sebagai berikut a) kebijakan editorial, b) frekuensi penerbitan, c) tanggal terbit, d) proses percetakan/produksi, e) daerah sirkulasi/siaran, f) jangkauan pembaca/pendengar/pemirsa, g) metode distribusi untuk media cetak (langganan/eceran), metode kerjasama dengan radio/televisi dalam pembuatan program acara.
- c. Memahami dan melaksanakan prinsip-prinsip hubungan baik yaitu:
 - a) memahami dan melayani media, b) membangun reputasi sebagai orang yang bisa dipercaya, c) menyediakan salinan naskah berita (*press release*), foto, rekaman suara (untuk audio), dan rekaman gambar (untuk televisi), d) bekerjasama dalam penyajian materi (wawancara, konferensi pers, program siaran langsung untuk radio, talk show untuk televisi, dan lain-lain), e) menyediakan fasilitas verifikasi atau pembuktian akan kebenaran materi yang mereka terima, f) membangun hubungan personal yang kokoh dan positif.

- d. Memahami tanggung jawab dan loyalitas yang saling bertentangan antara praktisi Humas yang mewakili kepentingan organisasi dan wartawan yang mewakili perusahaan/industri media.⁴⁷

Namun pada kenyataannya pelaksanaan *media relations* tak selamanya berjalan mulus. Terkadang terjadi perselisihan antara perusahaan dan media yang berhubungan dengan publikasi. PR mengeluh tentang pemberitaan negatif yang dibuat oleh media hingga berlangsung ke meja hijau. Semua kasus itu bisa saja terjadi mengingat perbedaan tanggung jawab dan loyalitas yang berbeda antara PR dan media.

4. Media Sebagai Sarana Bagi Humas

Public Relations membutuhkan media untuk menjangkau semua *stakeholder*-nya yang bersifat masif. Pada tataran inilah seorang *Public Relations* membutuhkan media massa.

Dalam pekerjaan seorang *Public Relations*, media massa mempunyai peranan yang sangat besar dalam memengaruhi masyarakat, baik pengaruh positif maupun negative. Seorang *Public Relations* dapat menggunakan media massa dalam memengaruhi masyarakat untuk membangun citra yang positif dari seorang individu, organisasi, perusahaan, bahkan negara. Sebaliknya, seorang *Public Relations* dapat menggunakan media massa untuk memengaruhi masyarakat dalam membangun opini publik, bahkan membangun citra negatif dari seorang organisasi, perusahaan, bahkan negara. Bak dua sisi dari satu keping mata uang

⁴⁷ Diah Wardhani, *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal. 27-28

yang tidak dapat dipisahkan, di satu sisi media massa mempunyai peranan untuk membangun citra positif dalam diri seseorang, organisasi, perusahaan, bahkan negara. Tapi di sisi lain media massa juga mampu membangun citra negatif dalam diri seseorang, dalam suatu organisasi atau institusi maupun dalam suatu negara.

Peranan media massa inilah yang sangat dibutuhkan oleh seorang *Public Relations*. Tugas seorang *Public Relations* untuk membangun nama baik dan citra positif perusahaan kepada masyarakat tidak mungkin bisa dilakukan secara manual atau dengan komunikasi secara langsung. Cara ini jelas tidak efektif, membutuhkan waktu yang sangat lama dan biaya yang sangat besar. Oleh karena itu, dibutuhkan cara pendekatan yang lebih massif untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang banyak.

Penggunaan media massa merupakan salah satu strategi yang dianggap paling efektif untuk melakukan tugas *Public Relations* dalam menjangkau masyarakat luas. Membangun citra positif dan nama baik dengan menggunakan media massa, baik media cetak, media elektronik, maupun internet merupakan cara yang efektif. Sekali mengirimkan pesan lewat media massa, maka pesan tersebut akan diterima oleh masyarakat secara serempak. Dengan menggunakan media massa, citra positif maupun citra negatif dapat dibangun di dalam benak khalayak dalam hitungan detik. Paparan ini menjadi satu fakta tentang pentingnya media massa dalam pekerjaan *Public Relations* untuk membangun citra yang positif maupun untuk menghancurkan nama baik perusahaan atau instansi.

Hitam-putihnya suatu perusahaan atau organisasi sangat ditentukan oleh media massa. Fakta inilah yang menunjukkan pentingnya media massa bagi pekerjaan seorang *Public Relations* sebagai cara untuk melakukan publisitas.⁴⁸



⁴⁸ Rini Darsmasturi, *Media Relations*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012) hal. 29-30

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan cara teknis tentang metode yang digunakan dalam penelitian. Adapun pengertian metode penelitian menurut Mardalis adalah suatu metode ilmiah yang memerlukan sistematika dan prosedur yang harus ditempuh dengan tidak mungkin meninggalkan setiap unsur komponen yang diperlukan dalam suatu penelitian.⁴⁹

Metode penelitian adalah cara-cara berfikir dan berbuat yang dipersiapkan dengan baik-baik untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai tujuan suatu penelitian.⁵⁰ Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggunakan tampilan yang merupakan kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detail agar dapat tertangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.

Ada beberapa unsur dalam penelitian yang harus ditentukan yaitu: Penelitian ini termasuk katagori penelitian lapangan (*field research*), jenis penelitiannya dengan model kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud

⁴⁹ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hal. 22

⁵⁰ Sutrisno Hadi. *Metodelogi Research* (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fak. Fiskologi UGM, 1993), hal. 124

memahami fenomena, peristiwa, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok yang diamati oleh peneliti.⁵¹

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggunakan tampilan kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detail agar dapat tertangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.⁵² Dari tujuan tersebut peneliti akan menggambarkan dan menjelaskan tentang program dan kegiatan Humas sekretariat daerah Aceh dalam menjalankan hubungan media dan pemberitaan.

Ditinjau dari sifatnya penelitian ini termasuk *deskriptif*, yaitu penelitian yang diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitiannya, kemudian dianalisis pula dengan kata-kata apa yang melatarbelakangi responden berperilaku (berpikir, berperasaan, dan bertindak).⁵³

B. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah menjelaskan objek yang diteliti, yaitu sasaran penelitian. Sasaran penelitian tersebut tergantung pada judul dan topic penelitian, tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah peneliti.⁵⁴ Adapun objek penelitian ini yaitu program dan kegiatan pada Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh, khususnya pada Bagian Hubungan Masyarakat dan Media Massa,

⁵¹ Nana Syaodih Sukmadinata. *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 96.

⁵² Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Aneka Cipta, 2002), hal. 22.

⁵³ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 130.

⁵⁴ Baswori dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Citpa, 2008) hal. 22-23

sub bagian Peliputan dan Media Massa dan juga pemberitaan pada Harian Rakyat Aceh edisi Desember 2018.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu, benda atau organisme yang disajikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain untuk menyebut subjek adalah responden, yaitu orang yang memberi respon atas suatu perlakuan yang diberikan padanya.⁵⁵ Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Humas Sekretariat Daerah Aceh, yaitu kepala bagian Hubungan Masyarakat dan Media Massa, kepala sub bagian Peliputan dan Media Massa, Direktur Utama HRA, Pimpinan Redaksi HRA, serta Redaksi Pelaksana HRA.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam melaksanakan penelitian, artinya tanpa data tidak akan ada riset dan data dipergunakan dalam suatu riset yang merupakan data yang harus benar, kalau data yang diperoleh tidak benar maka akan menghasilkan informasi yang salah.

Pengumpulan data (*input*) merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis, dan proses pencarian data yang valid, baik diperoleh secara langsung (*primer*) atau tidak langsung (*sekunder*) untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan (*process*) suatu riset secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban (*output*) dan sebagai upaya

⁵⁵ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: PT Gelora Aksara Pratama), hal 91

untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi oleh peneliti.⁵⁶ Dalam penelitian ini penulis akan memperoleh data melalui prosedur:

1. Observasi

Observasi sering disebut sebagai proses pengamatan, dalam istilah yang sederhana adalah proses dimana peneliti atau pengamat terjun langsung ke lokasi penelitian.⁵⁷ Observasi atau pengamatan yang digunakan dalam rangka mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu, melakukan observasi (pengamatan) partisipan.

Dalam hal ini peneliti mengobservasi langsung ke kantor lembaga pemerintahan Biro Humas bagian Hubungan Masyarakat dan Media Massa Sekretariat Daerah Aceh terkait program dan kegiatan Humas dalam menjalankan hubungan media.

Observasi yang dilakukan yaitu dengan observasi berperanserta (*participant observation*), di mana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

Dilihat dari segi instrumen yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: observasi terstruktur dan observasi tidak terstruktur.

⁵⁶ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian (Public Relations dan Komunikasi)*, Cet. 3, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 27

⁵⁷ Consuelo G. Sevilla, dkk, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta, UI Press: 2000), hal. 198

1. Observasi terstruktur

Observasi terstruktur adalah observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan di mana tempatnya. Jadi observasi ini akan dilakukan apabila telah mengetahui dengan pasti apa yang menjadi variable dalam penelitian tersebut. Pedoman wawancara terstruktur dapat juga sebagai pedoman observasi, sehingga dalam observasi tidak perlu repot-repot untuk membuat lagi pedoman.

2. Observasi Tidak Terstruktur

Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Hal ini tidak jauh dari wawancara tidak terstruktur.⁵⁸

Peneliti memilih untuk menggunakan observasi terstruktur yang sudah merancang dan mengetahui variable yang akan diobservasi. Setiap pengamatan dengan cara cermat, lalu dicatat hal-hal penting sebagai data primer, sebagai data penting tersebut akan di olah untuk dianalisis. Setiap pengamatan dengan cara cermat, lalu dicatat hal-hal penting sebagai data primer. Catatan-catatan harian, sebagai data penting tersebut akan diolah untuk dianalisis.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) dan terwawancara (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk

⁵⁸Sugiono, Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2010) hal. 310-313

mendapatkan informasi dan petunjuk-petunjuk tertentu dalam rangka memperoleh hasil penelitian yang relevan dengan tema penelitian. Sedangkan jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak berencana.

Berdasarkan bentuk pertanyaan wawancara, wawancara dalam penelitian ini menggunakan model wawancara terbuka karena peneliti menghendaki informan memberikan informasi yang tidak terbatas. Pemilihan ini dilakukan demi memperoleh suatu informasi yang mungkin tidak akan didapatkan melalui model pertanyaan yang tertutup.

Lincoln and Guba dalam Sanapiah Faisal, mengemukakan ada tujuh langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu:

1. Menetapkan kepada siapa wawancara akan dilakukan
2. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan
3. Mengawali atau membuka alur wawancara
4. Melangsungkan alur wawancara
5. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
6. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh.

Wawancara ini akan dilakukan dengan Kepala bagian Humas dan Media Massa, Kasubbag Peliputan dan Media Massa, dan Harian Rakyat Aceh. Narasumber tersebut dipilih untuk diwawancara karena memiliki kompetensi untuk diteliti dalam penelitian ini. Narasumber juga diambil dari kedua belah

pihak antara Humas dan media massa agar mendapatkan apa yang sebenarnya diinginkan dari masing-masing pekerja.

3. Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek.⁵⁹ Studi dokumentasi juga merupakan sumber tertulis yang berupa buku, data-data atau file kantor lembaga pemerintahan Biro Humas bagian Hubungan Masyarakat dan Media Massa Sekretariat Daerah Aceh yang berkenaan dengan aktivitas kehumasan dan hubungan dengan Harian Rakyat Aceh sehingga memudahkan kelancaran penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan dari data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-

⁵⁹ Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif: untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2010), hal. 143

ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis itu diterima atau di tolak berdasarkan data yang terkumpul.⁶⁰

Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* menyatakan bahwa analisis data merupakan salah satu tahapan penting dalam proses penelitian. Dalam hal ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Dengan kata lain penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai saat ini, dan melihat kaitan variabel-variabel yang ada.⁶¹

Dalam kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data.

1. Analisis Sebelum di Lapangan

Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data skunder, yang akan digunakan untuk menentukan focus penelitian. Namun demikian, focus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan.

2. Analisis Selama di Lapangan

Analisis data dalam kualitatif, dilakkan pada saat dalam pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 244

⁶¹ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hal. 26

3. Analisis Data Selama di Lapangan Model Spradley

Spradley (1980) membagi analisis data dalam penelitian, berdasarkan tahapan dalam penelitian kualitatif. Proses penelitian kualitatif setelah memasuki lapangan, dimulai dengan menetapkan seseorang informan kunci “*key informant*” yang merupakan informan yang berwibawa dan dipercaya mampu “membuka pintu” kepada peneliti untuk memasuki objek penelitian. Setelah itu peneliti melakukan wawancara kepada informan tersebut, dan mencatat hasil wawancara. Selanjutnya peneliti melakukan analisis domain. Pada langkah ke tujuh peneliti sudah menentukan fokus, dan melakukan analisis taksonomi. Berdasarkan hasil analisis taksonomi, selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan kontras, yang dilanjutkan dengan analisis kompenensial. Hasil dari analisis kompenensial, selanjutnya peneliti menemukan tema-ema budaya. Berdasarkan temua tersebut, selanjutnya peneliti menuliskan laporan penelitian etnografi.⁶²

⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.336-347

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Biro Humas

1. Sejarah Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh

Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh tercatat telah terbentuk pada tahun 2002 dengan nama Biro Hukum dan Humas Sekretariat Daerah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Pada awalnya Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh merupakan satu bagian dari Biro Hukum. Namun, pada tahun 2013 dalam peraturan Gubernur No. 66 Tahun 2013 Biro Humas menjadi Sekretariat yang berdiri sendiri. Adapun tugas dan fungsi pokok Biro Humas adalah unit organisasi dalam Sekretariat Daerah Aceh adalah melakukan fungsi manajemen bidang komunikasi dan informasi serta tugas-tugas kehumasan Pemerintah Aceh dan sebagai juru bicara Gubernur.

Tidak banyak data yang tertulis mengenai Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh baik dari Qanun maupun dari Peraturan Gubernur atau Dinas Kepustakaan dan ke Arsipan Aceh. Meskipun demikian Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh telah mendapatkan berbagai macam prestasi salah satunya adalah sebagai juara terbaik I dalam kategori pelayanan informasi melalui internet pemerintah provinsi/kabupaten/kota Anugerah Media Humas 2016 yang diselenggarakan oleh Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat Kementerian Komunikasi dan Informatika di Bandung.

2. Visi dan Misi Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh

A. Visi

Terwujudnya Biro Hubungan Masyarakat Pemerintah Aceh sebagai unit organisasi penyebarluasan informasi, publikasi dan transparansi informasi Pemerintah Aceh.

B. Misi

- a. Membangun Biro Hubungan Masyarakat yang memiliki kompetensi, kredibilitas dan kapabilitas dalam penyebarluasan Informasi dan publikasi kegiatan Pemerintah Aceh.
- b. Meningkatkan hubungan yang komunikatif dan harmonis dengan media massa.
- c. Meningkatkan pelayanan penyusunan naskah, makalah dan risalah pimpinan.
- d. Membangun komunikasi yang efektif dengan publik, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat.
- e. Meningkatkan pelayanan informasi, komunikasi dan publikasi melalui media cetak, elektronik dan online.⁶³

3. Tugas Dan Fungsi Biro-Biro Pada Sekretariat Daerah Aceh

⁶³ <https://Humas.acehprov.go.id/>, diakses pada tanggal 20 Januari 2019

Berdasarkan peraturan Gubernur Aceh nomor 97 tahun 2016 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas, fungsi dan tata kerja Sekretariat Daerah Aceh, tugas dan fungsi Biro Hubungan Masyarakat dan Protokol pada Sekretariat Daerah Aceh sebagai berikut.

Biro Hubungan Masyarakat dan Protokol mempunyai tugas menyiapkan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang Humas, media massa, pengelolaan informasi, publikasi, analisis dan protokol.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud, Biro Hubungan Masyarakat dan Protokol mempunyai fungsi:

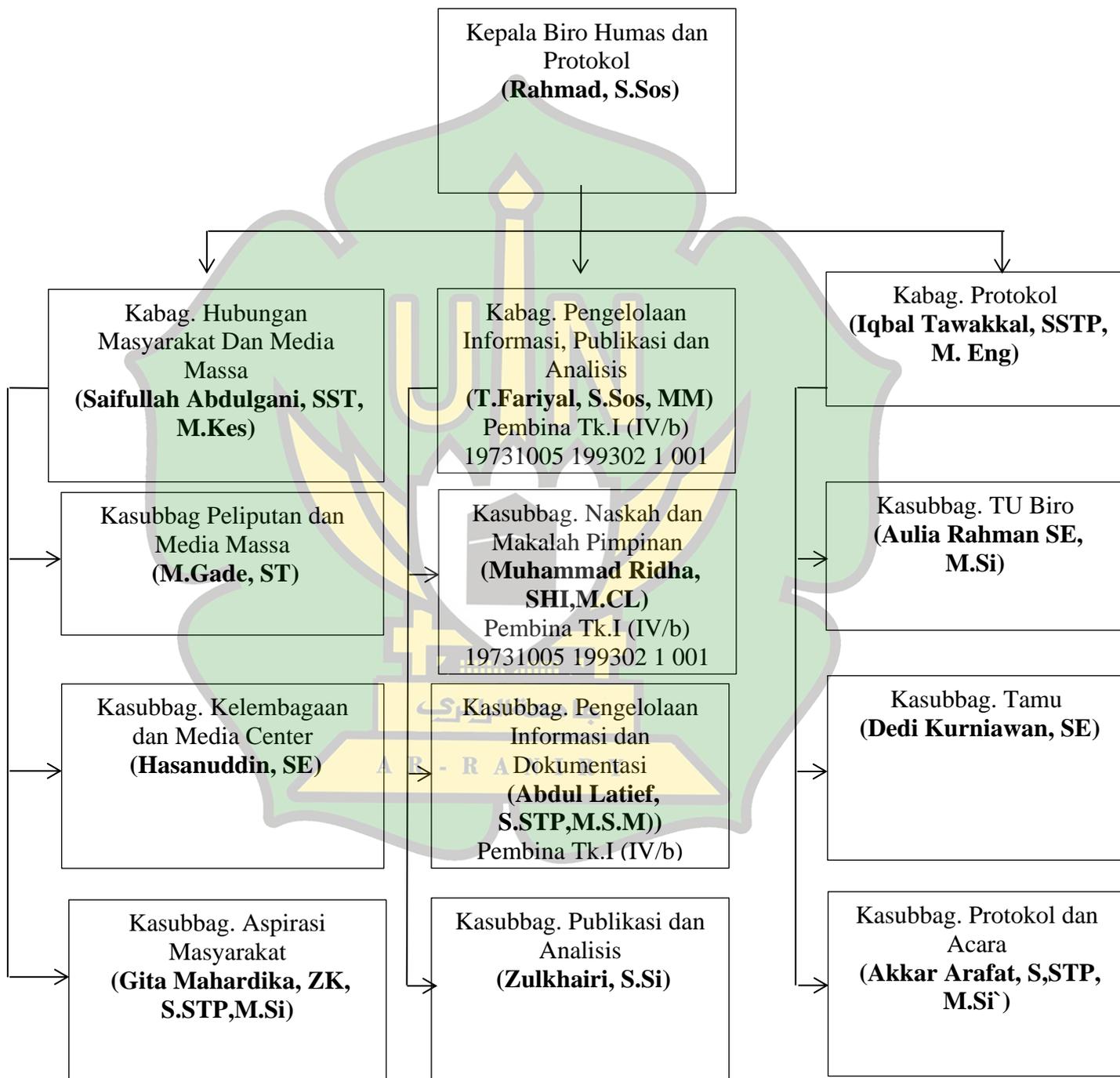
- 1) Pelaksanaan menyiapkan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang hubungan masyarakat;
- 2) Pelaksanaan menyiapkan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang media massa;
- 3) Pelaksanaan menyiapkan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang pengelolaan informasi, publikasi dan analisis;
- 4) Pelaksanaan menyiapkan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang keprotokolan;

Pelaksanaan tugas-tugas kedinasan lainnya yang diberikan oleh Sekda melalui Asisten Administrasi Umum.⁶⁴

⁶⁴Dokumentasi presentasi Humas dan Protokol

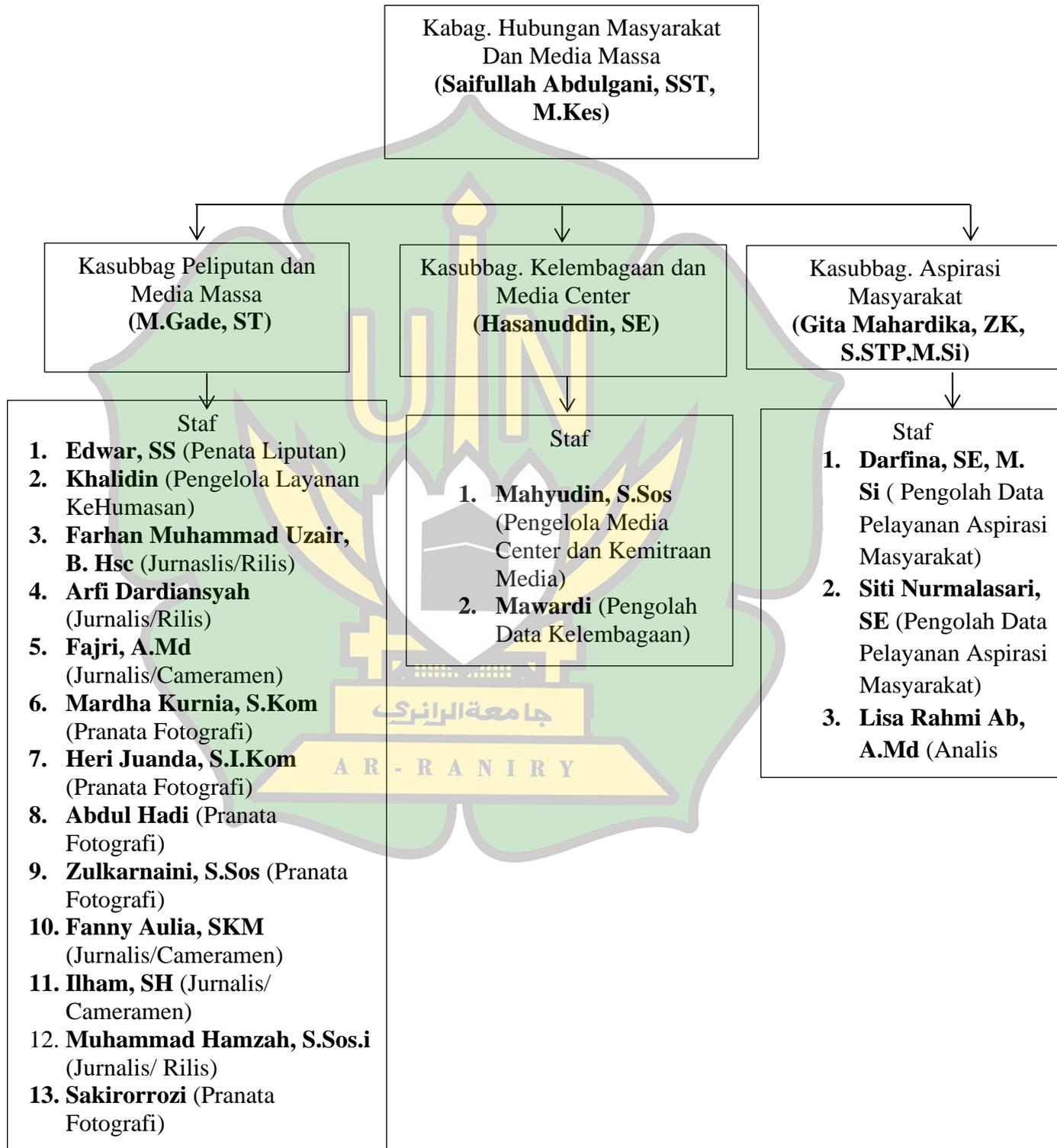
4. Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Pada Biro Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Aceh

a. Struktur susunan organisasi dan tata kerja pada Biro Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Aceh 2019.



b. Struktur susunan organisasi dan tata kerja pada Bagian

Humas dan Media Massa Sekretariat Daerah Aceh



B. Gambaran Umum Harian Rakyat Aceh (HRA)

1. Sejarah Koran Harian Rakyat Aceh

Harian Rakyat Aceh (HRA) adalah surat kabar harian yang terbit di Provinsi Aceh dengan format berita dan informasi. Terbit perdana pada 17 Januari 2005 dengan jargon 'Spirit Baru Membangun Nanggroe'.

Media ini diterbitkan oleh PT. Aceh Intermedia Pers dan merupakan harian dengan tiras terbesar di Provinsi Aceh, surat kabar ini termasuk dalam grup Jawa Pos. Berkantor pusat di Jalan Sultan Malikul Saleh, Lhong Raya, Banda Aceh. Sirkulasi koran yang digawangi para anak muda ini menyebar di seluruh Provinsi Aceh atau 23 kabupaten/kota.

Koran ini berkembang sangat cepat, antara lain karena didukung oleh tenaga-tenaga profesional muda yang terampil di bidang jurnalistik, dengan strata pendidikan terendah adalah SI.

a. Jaringan Terbesar

Harian Rakyat Aceh merupakan koran terkemuka di Provinsi Aceh berada di bawah payung Grup Jawa Pos, yakni perusahaan yang menaungi lebih dari 151 surat kabar daerah dan nasional, dan belasan tabloid, majalah, dan televisi daerah.

b. Eksklusif

Dengan jaringan yang besar, Harian Rakyat Aceh menjamin tersedianya berita-berita nasional yang eksklusif. Beritanya selalu 'beda' dan lebih menarik dengan media lain yang 'seragam' mengandalkan

kantor berita. Berita yang eksklusif, dengan adanya penempatan sejumlah wartawan di daerah yang strategis.

Berita lokal dikerjakan para reporter yang tersebar di seluruh daerah dan disempurnakan redaktur beretos profesional. Jika selama ini anda tidak mendapatkan berita ‘jernih’ dan memuaskan tentang kondisi politik dan ekonomi, dan berita peristiwa kriminal yang up to date, berarti andalah masyarakat kritis yang ingin maju, dan hanya Harian Rakyat Aceh yang tepat bagi anda.

c. Terpercaya

Harian Rakyat Aceh memprioritaskan kepercayaan masyarakat. Karena itu, informasi dan penyajiannya dilakukan dengan mempertimbangkan rasionalitas dan emosionalitas penduduk Nanggroe Aceh Darussalam yang heterogen.

Usianya yang hampir menginjak 12 tahun Harian Rakyat Aceh beredar di Bumi Serambi Mekkah. Terus menjaga kepercayaan pelanggan.

2. Susunan Lembaga Harian Rakyat Aceh

Berdasarkan profil perusahaan Harian Rakyat Aceh, berikut *Top Management* di Harian Rakyat Aceh:

Tabel 4.1 Susunan Lembaga Harian Rakyat Aceh

NAMA	JABATAN
H. Zulmansyah Sekedang	Komisaris Utama
Imran Joni	Direktur Utama,

	PU/GM/PenanggungJawab
Sulaiman Muhammad	Pimpinan Perusahaan, Pimpinan Redaksi

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Program kerja Humas Sekretariat Daerah Aceh

Merujuk pada Qanun Aceh nomot 13 tahun 2016, tentang pembentukan dan susunan perangkat Aceh dan Peraturan Gubernur Aceh nomor 97 tahun 2016, tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas, fungsi, dan tata kerja Sekretariat Daerah Aceh.

Tabel 4.2 Program dan Kegiatan Biro Hubungan Masyarakat dan Media Massa

No	Program	Kegiatan
1.	Meningkatkan hubungan baik antara Pemerintah Aceh dengan masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Pertemuan rutin dengan masyarakat secara berkala dan tematik seperti: Pengusaha, pendidik, petani, nelayan, perajin, budayawan, ulama, mahasiswa, dan lain-lain. • Kunjungan rutin ke masyarakat, seperti Rumah sakit, sekolah, warung kopi, sawah, kebun dan lain-lain.
2.	Meningkatkan hubungan baik Pemerintah Aceh dengan media massa	<ul style="list-style-type: none"> • Pertemuan rutin/ media gathering/ coffee morning, dengan pimpinan media, wartawan, baik media cetak, online, radio, televisi, media sosial, baik lokal, nasional, dan internasional. • kerjasama pemberitaan dengan media massa, cetak, elektronik, baik nasional maupun internasional
3.	Meningkatkan pengelolaan informasi pemerintah Aceh	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan informasi yang cepat dan mudah diakses oleh masyarakat • Mewujudkan one stop information system di kantor Gubernur Aceh • Menyediakan aplikasi/Software Humas versi android dan IOS

		<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan koordinasi dengan SKPA untuk penggalian bahan informasi. • Optimalisasi media milik pemerintah Aceh, seperti website, media cetak, buletin, tabloid, website milik SKPA dengan informasi yang menarik dan interaktif. • Integrasi data dengan SKPA untuk bahan informasi publik dengan konsep one database center system. • Mewujudkan <i>smart office management system</i>, dengan menyediakan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat, khususnya di kantor gubernur Aceh, dengan menyediakan berbagai sarana akses informasi seperti <i>LCD touch screen</i>, <i>running text</i>, interaktif monitor, layar lebar, dll. • Mewujudkan <i>smart meeting system</i>, dimana rapat-rapat dengan pihak yang berjauhan dilakukan dengan sarana <i>teleconference</i>.
4.	Meningkatkan publikasi kegiatan Pemerintah Aceh	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan publikasi yang cepat dan bisa diakses dengan cepat dan mudah oleh masyarakat, berupa: berita teks, rilis media, foto, video. • Meningkatkan publikasi semua informasi pembangunan dan kegiatan gubernur dan wakil gubernur kepada masyarakat melalui media cetak, online, radio. Tv, sosia media, <i>life streaming</i>, dan lain-lain. • Mengoptimalkan fungsi smart office system dengan berbagai publikasi dan informasi tentang Aceh, seperti: visi misi pemerintah Aceh, program unggulan pemerintah Aceh, konsep Aceh Hebat, konsep kebijakan yang melayani, konsep pelayanan hana fee, profil aceh, potensi investasi, wisata, perizinan, jadwal kegiatan, program strategis, realisasi program

		<p>unggulan, capaian pemerintah aceh, dan lain-lain.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan siaran <i>real time</i> kegiatan gubernur dan wakil gubernur yang terintegrasi dengan <i>smart office system</i>. • Meningkatkan institutional branding pemerintah Aceh, dan personal branding bagi gubernur dan wakil gubernur. • Melakukan publikasi dan sosialisasi tentang aceh di luar Aceh, seperti provinsi tetangga, ibu kota negara, negara sahabat, bandara, pesawat, di lokasi wisata populer, even populer, dll • Publikasi kebijakan strategis melalui semua media massa, termasuk sms blast/ broadcast • Sosialisasi potensi Aceh kepada calon investor dan wisatawan, melalui sarana yang populer di kalangan investor dan wisatawan.
5.	Meningkatkan analisis dan kajian isu strategis pemerintah Aceh	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan analisis berita dan isu tentang Pemerintah Aceh • Melakukan delivery isu tentang pemerintah Aceh, dengan mengkaji isu apa saja yang sedang berkembang, dan menggali isu apa saja yang akan terbentuk seputar Pemerintah Aceh di berbagai media. • Menyediakan database isu (isu center) sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan strategis. • Melakukan konter isu. • Melakukan survei berkala terkait kebijakan dan aseptabilitas publik terhadap kebijakan yang dibuat Pemerintah Aceh. • Membahani gubernur dan wakil gubernur dengan isu terkini sebagai

		bahan dalam mengambil kebijakan.
6.	Meningkatkan pelayanan keprotokolan	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pelayanan keprotokolan dan fasilitasi kegiatan gubernur, wakil gubernur, dan ekretariat daerah. • Meningkatkan pelayanan dan fasilitasi kegiatan tamu pemerintah Aceh. • Meningkatkan pelayanan aspirasi masyarakat, seperti ormas, Mahasiswa, Lsm, organisasi profesi, warga, dan lain-lain. • Meningkatkan kualitas perayaan hari besar nasional. • Peningkatan SDM tenaga keHumasan dan keprotokolan.

Pada table tersebut di atas, dapat dilihat bahwa ada enam program Humas Setda Aceh pada Biro Hubungan Masyarakat dan Media Massa, diantaranya Meningkatkan hubungan baik antara Pemerintah Aceh dengan masyarakat, Meningkatkan hubungan baik Pemerintah Aceh dengan media massa, Meningkatkan pengelolaan informasi pemerintah Aceh, Meningkatkan publikasi kegiatan Pemerintah Aceh, Meningkatkan analisis dan kajian isu strategis pemerintah Aceh dan Meningkatkan pelayanan keprotokolan.

Berdasarkan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) Pemerintah Aceh tahun anggaran 2018, program dan kegiatan Bagian Humas dan Media Massa yaitu:

Tabel 4.3 Program dan Kegiatan Bagian Humas dan Media Massa

Program	Kegiatan	
Program Pengembangan Kerjasama Informasi dengan Media Massa	1	Pembinaan dan Pengembangan Hubungan dengan Pers dan Masyarakat
	2	Kegiatan Pengelolaan Sistem Informasi Pemerintah Aceh
	3	Kegiatan Koordinasi Penyusunan Naskah dan Makalah Pimpinan
	4	Kegiatan Pelayanan Informasi, Publikasi dan Aspirasi Masyarakat

Jadi, pada Biro Humas pada bagian Hubungan Masyarakat dan Media massa memiliki program untuk mengembangkan kerjasama informasi dengan pihak media salah satunya dengan HRA. Kegiatan yang dilakukan antara lain dengan melakukan pembinaan hubungan antara Humas, pers dan juga masyarakat. Humas juga melakukan pelayanan informasi dan juga publikasi baik kepada pers maupun masyarakat.

2. Implementasian Program Humas Sekretariat Daerah melalui HRA

Dalam mengimplmentasikan program dan kegiatan yang dilakukan oleh Biro Humas dan Protokol, Humas membaginya sesuai bagian dan tugas masing-masing. Saifullah Abdulgani, selaku Kabag. Humas dan Media Massa mengatakan bahwa penerapan program yang ada dilakukan sesuai dengan bagian dan tugasnya masing-masing.

Dalam menjalankan hubungan baik dengan media, seluruh Biro Humas Seketariat Daerah Aceh melakukan tugas tersebut biasanya melalui silaturahmi yang dilakukan setiap harinya. Kepala Biro, Kepala Bagian

dan juga Kasubbag biasanya lebih aktif dalam melakukan kunjungan media, tidak hanya ke HRA namun juga seluruh media yang ada di Aceh khususnya. Meskipun demikian tidak menutup kemungkinan bagi para staf lainnya melakukan kerjasama, sebab hubungan di antara keduanya tentu tidak hanya sebatas pekerjaan saja.

“Ada tiga bidang di Biro Humas dan Protokol, yang pertama bidang protol yang mempersiapkan agenda pimpinan dan tempat kegiatan, kedua ada bidang Humas dan Media, tugasnya adalah memeberitahukan kepada media massa tentang suatu even termasuk membantu wartawan dalam proses peliputan misalnya datang tamu negara seperti presiden, Humas itu akan berkoordinasi dengan smua instansi terkait mmpersiapkan Id card dan tempat peliputan. Yang ketiga bidang naskah pimpinan dan publikasi, mereka mempersiapkan pidato pimpinan dan menyiarkan, termasuk di sana ada analisis informasi”.⁶⁵

Pengimplementasian program yang dilakukan pada bagian peliputan dan Media Massa terkait membangun hubungan baik dengan HRA melalui perjanjian kerjasama antara pimpinan media, memberikan setiap informasi kegiatan pimpinan daerah untuk kebutuhan liputan media, serta mengadakan *talkshow* dan menyiarkan kegiatan pemerintah dalam bentuk *adventorial* dan juga pertemuan rutin yang dilakukan bulanan, tiga bulan dan tahunan.

⁶⁵ Wawancara dengan Saifullah Abdulgani (Kabag. Hubungan Masyarakat dan Media Massa), pada 19 Januari 2019

Tabel 4.4 Kegiatan Biro Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Aceh pada bagian Peliputan dan media Massa.

Kegiatan	Implementasian
Pembinaan dan Pengembangan Hubungan dengan Pers dan Masyarakat	Pertemuan Rutin/ <i>Media gathering/Coffe Morning</i> dengan pimpinan media, wartawan baik cetak, online, radio, televisi, dan media sosial baik lokal, nasional maupun internasional.
Kegiatan Pelayanan Informasi, Publikasi dan Aspirasi Masyarakat	Kerjasama pemberitaan dengan Media Massa, cetak dan elektronik, baik nasional maupun internasional.

Pada bagian Peliputan dan Media Massa, kegiatan yang dilakukan dalam membangun hubungan baik dengan HRA salah satunya yaitu dengan menjalankan pertemuan rutin antara Humas dengan media, baik dengan pimpinan media maupun dengan para wartawan. Begitu pula dengan kerjasama yang dijalin antara keduanya.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan awak media, selain pertemuan rutin dan kerjasama pemberitaan, Humas juga melakukan konferensi pers dan *workshop* bagi media.

“Seingat saya mereka melakukan pertemuan rutin, kunjungan ke media, beberapa juga melakukan pengembangan kapasitas dengan membuat pelatihan dengan organisasi pers”.⁶⁶

Pada dasarnya, kerjasama yang dibangun oleh Humas Sekretariat Daerah Aceh dengan HRA sama dengan proram dan kegiatan yang dilaksanakan kepada semua media, namun pada tahun 2019 ini Biro Humas Sekretariat Aceh sudah menjalin kerjasama dalam bentuk kontrak

⁶⁶ Wawancara dengan Maimun Saleh (Pimpinan Redaksi Harian Rakyat Aceh 2018), pada 23 Januari 2019.

kerja. Hal ini bertujuan agar media bersedia menaikkan berita-berita yang dikirimkan melalui rilis ke redaksi HRA. Dengan demikian, pemberitaan yang dipublikasikan HRA semakin meningkat.⁶⁷

Kegiatan seperti workshop, *coffe morning* dan beberapa kegiatan lainnya tidak hanya hanya diperuntukan bagi HRA saja, tetapi juga semua media yang ada di Aceh khususnya, baik yang terdaftar di deawan pers maupun tidak. Namun, dalam kegiatan ini Humas hanya melibatkan para wartawan media saja bukan untuk para pimpinan media. Maimun Saleh, pemimpin redaksi Harian Rakyat Aceh dan Juli Amin, Redaktur Habadaily.com memiliki pengakuan yang sama mengenai ketidakikutsertaan kegiatan yang dilakukan Humas semenjak menjabat sebagai redaktur media.

3. Pemberitaan Mengenai Pembangunan Aceh di HRA

Selama bulan Desember 2018 ada sebanyak 16 berita rilis yang sudah di muat oleh HRA, dari total keseluruhan 29 rilis yang dikirimkan Humas ke redaksi. Hal ini jelas bahwa tidak semua rilis yang dikirimkan oleh Humas akan di muat oleh HRA. HRA tentunya memiliki kriteria tersendiri dalam menaikkan jenis berita, sebagaimana yang di katakan oleh Bayhaqi selaku redaktur pelaksana di HRA,

“Mereka kan ingin mengangkat kerja baik pimpinannya, kalau HRA mengangkat dari sisi sosial, ada manfaat tidak untuk orang

⁶⁷ Wawancara dengan M. Gade (Kasubbag. Peliputan dan Media Massa) Pada 20 Juni 2019)

lain, ada manfaat tidak untuk publik, kala rilis untuk mengangkat nama pejabat jarang kami naikkan.”⁶⁸

Dari pernyataan tersebut, HRA tidak langsung menaikkan setiap rilis yang dikirimkan oleh Humas. HRA akan terlebih dahulu melihat sisi kepentingan publik. Apabila pemberitaan tersebut tidak ada manfaatnya bagi kepentingan masyarakat atau lebih berhubungan dengan acara-acara seremonial maka, HRA tidak menaikkan rilis tersebut.

HRA merupakan Koran yang terbit setiap hari. Dalam proses membuat sebuah berita, HRA memiliki waktu yang lebih lama dari media online. Bila Humas mengirimkan berita hari ini ke redaksi HRA, maka berita tersebut baru akan dimuat esok hari, sehingga memungkinkan untuk HRA membuat sebuah berita yang lebih berkualitas dan lebih banyak waktu untuk verifikasi.

Tabel 4.5 Berita Rilis Yang Dikirimkan ke Media

No	Judul Rilis Yang Dikirimkan	Tanggal Pengiriman	Kategori Berita
1	Plt Gubernur Tinjau Kantor Samsat Aceh Tengah	30 November 2018	Pembangunan
2	Plt Gubernur Sampaikan Arah Pembangunan Strategis Aceh Dalam Seminar di Aceh Tengah	30 November 2018	Pembangunan
3	Plt Gubernur Puji Pamong	30 November	Olahraga

⁶⁸ Wawancara dengan Bayhaqi (Redaksi Pelaksana Harian Rakyat Aceh), Pada 24 Juni 2019

		2018	
4	Dyah Erti Hibur Bocah di Rumah Singgah C Four	1 Desember 2018	Sosial
5	Plt Gubernur Apresiasi Dedikasi Guru	2 Desember 2018	Pendidikan
6	Dyah Erti Idawati Lepas Peserta Fun Bike	2 Desember 2018	Olahraga
7	Susunan RUU Masyarakat Adat, banleg DPR RI Gelar Pertemuan dengan Pemerintah Aceh	3 Desember 2018	Budaya
8	Pemerintah Aceh Luncurkan Pustaka Digital	3 Desember 2018	Pembangunan
9	PKK Aceh Gelar Konferensi Internasional Pendidikan Anak Usia Dini	3 Desember 2018	Pendidikan
10	Wakil Ketua PKK Aceh Buka Lomba Asmaul Husna DWP Aceh	3 Desember 2018	Sosial
11	Dyah Erti Tutup Seminar PAUD Internasional	4 Desember 2018	Pendidikan
12	Dyah Erti Serahkan Dana Bantuan Modal Usaha pada Pasien RSJ	6 Desember 2018	Ekonomi
13	Orangtua Dituntut Lebih Cerdas Mendidik Anak di Era Milenial	8 Desember 2018	Pendidikan
14	Wakil Ketua PKK: Rencana Aksi Hasil	8 Desember 2018	Sosial

	FGD parenting Harus di Implementasikan		
15	Perempuan Aceh Bincangkan Aksi Penolakan Kekerasan Terhadap Perempuan	9 Desember 2018	Sosial
16	Dekranasda Aceh Minta KJRI Penang Promosi Potensi Aceh	9 Desember 2018	Pembangunan
17	Target Pengesahan APBA 2019 pada Desember	13 Desember 2018	Pembangunan
18	Presiden Jokowi Minta Masyarakat rawat Perdamaian	14 Desember 2018	Politik
19	Jokowi: Pemanfaatan dana Desa Harus Sesuai kebutuhan Masyarakat	14 Desember 2018	Pembangunan
20	Jokowi Resmikan Pembangunan Jalan Tol Aceh	14 Desember 2018	Pembangunan
21	Pengurus PORWESI Diharapkan Jadi Acuan Olahraga Masyarakat	15 Desember 2018	Olahraga
22	Dyah Erti Idawati Kunjungi Pasien RSUZA	15 Desember 2018	Sosial
23	Plt Gubernur Buka FGD Pemanfaatan Sabang untuk Kesejahteraan Aceh	17 Desember 2018	Pembangunan
24	DP3A Peringati Hari Ibu ke 90	19 Desember 2018	Sosial
25	Berikan Bantuan Sosial, Ini Pesan	19 Desember 2018	Sosial

	Wakil Ketua PKK Aceh untuk Masyarakat Aceh Besar		
26	Plt Gubernur Resmikan Gudang Logistik Penanggulangan Bencana	20 Desember 2018	Pembangunan
27	Pemerintah Buka Peluang Investasi di Kawasan Industri Aceh	20 Desember 2018	Pembangunan
28	PKK Aceh Salurkan Bantuan Sosial di Aceh Utara	20 Desember 2018	Ekonomi
29	Pemerintah Aceh Dukung Kemajuan Olahraga	21 Desember 2018	Olahraga

Dapat di simpulkan bahwa semua kegiatan yang dilakukan pemimpin daerah seperti Plt Gubenur, dan juga pejabat daerah lainnya menjadi tugas Humas terutama pada bagian Peliputan dan Media Massa untuk meliput dan juga memberikan hasil liputan tersebut kepada media, termasuk Harian Rakyat Aceh. Rilis tersebut nantinya berupa berita jadi yang sudah mengalami proses peliputan, pengeditan dan pengiriman ke redaksi media.

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan daerah, Humas selalu mengirimkan tiga orang stafnya untuk meliput kegiatan tersebut, terdiri dari seorang petugas rilis, petugas fotografer dan juga vidografer. Nantinya Humas Sekretariat Daerah Aceh akan mengolah hasil liputan

tersebut sebagai rilis kegiatan kepada semua media baik cetak, elektronik maupun media sosial mereka sendiri.

Setiap rilis Humas yang dikirimkan ke media tentunya akan menjadi pertimbangan di redaksi HRA. Semakin sering HRA mempublikasikan rilis dari Humas maka ini memberikan keuntungan kepada Humas berupa penyebaran informasi yang baik dan mudah. Humas memang memiliki media sosial maupun website sebagai wadah penyebaran informasi dengan alamat web <https://Humas.acehprov.go.id/>, Humas juga memiliki media sosial seperti Instagram, twitter, facebook dan juga grup Whatsapp, namun tanpa campur tangan dan kerjasama dengan media, Humas tidak mampu menjangkau seluruh kalangan.

“Pemerintah daerah diuntungkan dengan kerjasama semacam ini, setiap kegiatan itu terpublikasi secara masal, jika tidak menjalankan program-program tersebut otomatis Humas akan memiliki keterbatasan dalam mempublikasikan kegiatan pemerintah karena tidak punya media yang selengkap yang dimiliki oleh sektor swasta, tentu dampaknya sangat serius”.⁶⁹

Sudah menjadi tugas Humas untuk meliput dan mempublikasikan semua kegiatan para pimpinannya, begitu juga dengan media yang memiliki tugas sebagai penyampai informasi yang berimbang. Maka dari itu, Humas tidak bisa memaksakan HRA untuk menaikkan semua rilis yang dikirim ke redaksi HRA. Jika Humas sangat berkeinginan berita tersebut dimuat, maka Humas harus membayarnya sebagai *advertorial*.

⁶⁹ Wawancara dengan Saifullah Abdulgani (Kabag. Hubungan Masyarakat dan Media Massa), pada 19 Januari 2019

Tabel 4.6 Berita Rilis Yang Diterbitkan Harian Rakyat Aceh pada Desember 2018

No	Judul Berita Yang Diterbitkan HRA	Tanggal Terbit	Kategori Berita
1	Plt Gubernur Tinjau Kantor Samsat Aceh Tengah	1 Desember 2018	Pembangunan
2	Siapkan Sarjana Pintar Menjadi Profesor di Umuslim	3 Desember 2018	Pendidikan
3	YARA Membantu Pemerintah Aceh	4 Desember 2018	Pembangunan
4	Dyah Dukung Kreatifitas SMKN 1 Mesjid Raya	4 Desember 2018	Pendidikan
5	Dyah Erti Hibur Anak Penderita Kanker	5 Desember 2018	Sosial
6	Pemerintah Kembangkan ragam Skema untuk Pangkas Kemiskinan di Aceh	7 Desember 2018	Ekonomi
7	DOKA Tahun Depan Rp. 8,357 Triliun	12 Desember 2018	Pembangunan
8	Presiden Dijadwalkan Ke Aceh	12 Desember 2018	Pembangunan
9	Pembangunan Tol Aceh Dimulai	15 Desember 2018	Pembangunan
10	Persoalan Banjir Aceh Sudah ke Presiden Jokowi	19 Desember 2018	Pembangunan
11	TP PKK Aceh Salurkan Bansos	20 Desember 2018	Ekonomi
12	Plt Gubernur Tangani Jembatan Krueng Teukuh	20 Desember 2018	Pembangunan
13	Plt Nova Akan Hadirkan e-katalog	22 Desember 2018	Pembangunan

14	10 Calon Sekda Aceh Bersaing	24 Desember 2018	Politik
15	Wali Kota Terima Penghargaan Gubernur	27 Desember 2018	Politik
16	Plt Gubernur Resmikan SD Krueng Isep	31 Desember 2018	Pembangunan

Dari table pemberitaan di atas dapat kita lihat bahwa meskipun semua kegiatan yang dilakukan pimpinan daerah selalu dipublikasikan melalui rilis, tapi HRA tetap memiliki hak untuk menaikkan ataupun tidak rilis tersebut menjadi berita di halaman Koran HRA. Hal ini kembali lagi ke tugas masing-masing antara Humas dan media. Dari semua rilis yang dipublikasikan pada Desember 2018 tersebut, rata-rata pemberitaan didominasi dengan pemberitaan mengenai pembangunan, dan semua berita bersifat positif.

4. Kendala yang Dihadapi Humas dalam Melakukan Kerjasama dengan Harian Rakyat Aceh

Dalam setiap pekerjaan sudah lumrah jika ada kendala yang menjadi penghambat, namun yang penting adalah bagaimana kendala tersebut mampu diminimalisir dan dikendalikan. Kendala yang muncul dalam menjalankan hubungan baik dengan media mengenai jadwal kerja pemerintah yang sama padatnya dengan jadwal liputan media. Media tidak semata-mata menunggu informasi dari pemerintah. Media memiliki pekerjaan lain seperti liputan, jumpa pers dan kegiatan lainnya yang tidak hanya dilakukan dengan Humas Sekretariat Daerah Aceh, namun juga

lembaga lainnya. Selain tugas dari Biro Humas yang memfasilitasi liputan dan mengirim hasil suatu kegiatan, selebihnya tergantung pertimbangan media apakah kegiatan tersebut dipublikasikan atau tidak.

“Kita tidak boleh melakukan intervensi terhadap independensi media dalam melakukan pemberitaan. Karena mereka independen tugasnya melayani masyarakat dan juga melakukan fungsi kontrol terhadap pemerintahan. Sehingga walaupun kerjasama dilakukan secara *partnership* dan harmonis tetapi dalam wilayah-wilayah kewenangan itu tegas, pemerintah memberikan pelayanan kepada publik, media itu memeberikan informasi kepada masyarakat dan juga sebagai instrumen kontrol sosial dalam negara demokrasi”.⁷⁰

Dengan demikian meskipun hubungan Humas dengan media berjalan lancar dan harmonis Humas tetap memiliki batasan yang tidak boleh dilanggar. Wartawan memiliki sisi independen dan juga hak dalam mengolah dan mempublikasikan pemberitaan dari Humas.

Untuk Meminimalisir kendala yang terjadi, Humas akan dengan mensinkronisasikan manajemen media dalam publikasi dengan agenda pemerintah, khususnya agenda-agenda pemerintah yang bersifat ingin diketahui masyarakat secara luas.

Kendala lain yang muncul di HRA berupa isu yang kurang menarik untuk diangkat. Media biasanya tidak akan menaikkan isu yang tidak menarik dan tidak memiliki kepentingan publik. Selain itu juga, dengan semakin berkembangnya teknologi digital tentunya membuat semua pekerjaan menajdi mudah, termasuk kerja Humas.

⁷⁰ Wawancara dengan Saifullah Abdulgani (Kabag. Hubungan Masyarakat dan Media Massa), pada 19 Januari 2019

Dalam membuat rilis sebuah kegiatan atau acara biasanya pihak Humas diberikan waktu satu sampai dua jam setelah kegiatan untuk membuat rilis, sebelum akhirnya diberikan kepada redaksi media, sedangkan menurut Sulaiman selaku Pimpinan Redaksi, harusnya Humas bisa mengirimkan rilis tersebut lebih cepat lagi.

“Perkembangan media makin hari makin besar, apalagi sarana informasi dan komunikasi makin gencar harapan kita dari media seharusnya informasi itu lebih cepat lagi di sampaikan, terkait rilis yang dikirim Humas jika informasi lebih cepat maka kita juga bisa menaikkannya di web kita.”⁷¹

Pada dasarnya tidak ada kendala yang signifikan yang terjadi antara Humas dan HRA. Sejauh ini kerjasama yang terjalin merupakan hubungan saling menguntungkan. Pada tahun 2019 ini, Humas dan HRA sudah memiliki kerjasama dalam bentuk kontrak kerja untuk membantu proses publikasi kegiatan pemerintah daerah, hal itupun ternyata memberikan perubahan yang baik pada publikasi kegiatan Humas di HRA.

“ Tahun 2019 ini kami sudah memiliki kontrak kerja dengan HRA untuk satu tahun ke depan, perubahan yang dirasakan yaitu riis yang kami kirimkan lebih banyak di muat di Koran HRA.”⁷²

Sama halnya dengan pengakuan Imran Joni, selaku Direkur Utama HRA yang mengatakan bahwa Humas memiliki anggaran yang sangat banyak untuk melakukan kegiatan kerjasama dengan media dan pers, salah satunya dengan HRA.

⁷¹ Wawancara Dengan Sulaiman Muhammad (Pimpinan Redaksi Haran Rakyat Aceh), Pada 24 Juni 2018

⁷² Wawancara dengan M. Gade (Kasubbag Peliputan dan Media Massa), pada 24 Juni 2019

“Kita tidak ada oposisi di sini, kalau kita mau oposisi kita harus kuat, sedangkan iklan saja dari pemerintah juga, 8 miliar untuk media buat baliho, iklan pariwisata, adventorial, bagi-bagi ke semua media. Kita kalau tidak ada iklan bagaimana mau hidup itu aja keuntungannya.”⁷³

Dari semua pernyataan tersebut menandakan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan tentu terdapat kendala yang harus dihadapi. Pada sejatinya Humas tentu akan selalu memberikan pemberitaan yang positif terhadap pemerintahan, sedangkan media akan selalu memberitakan apa yang sebenarnya terjadi kepada masyarakat. Maka dari itu, Humas Sekretariat Daerah Aceh tentu harus terus berbenah diri untuk selalu meningkatkan kinerja dalam pengembangan kapasitas diri.

Dari kerjasama membina hubungan baik kemitraan dan juga publikasi antara Humas dan HRA tentunya diharapkan akan memberitakan pemberitaan yang berimbang. Masyarakat bisa mendapatkan informasi mengenai perkembangan pembangunan yang terjadi di Aceh khususnya. Humas menjadi narasumber utama bagi media untuk mendapatkan informasi yang akurat, sedangkan media menjadi wadah penyampaian informasi secara luar dan dalam waktu yang bersamaan sehingga bisa menjangkau keseluruhan.

⁷³ Wawancara dengan Imran Joni (Direktur Utama Harian Rakyat Aceh), pada 21 Juni 2019

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV terkait Program dan Kegiatan Humas Sekretariat Daerah Aceh dalam Pembangunan (Studi Berita di Harian Rakyat Aceh Edisi Desember 2018) dapat diambil kesimpulan bahwa Humas Sekretariat Daerah Aceh telah menjalankan hubungan media dengan sangat baik. Dalam menjalankan tugasnya sebagai pemberi informasi Humas Sekretariat Daerah Aceh telah melakukan berbagai upaya untuk tetap menjalin hubungan yang harmonis dengan Harian Rakyat Aceh.

Upaya yang dilakukan Humas Sekretariat Daerah Aceh diantaranya melalui program yang dijalankan melalui berbagai kegiatan, baik formal maupun informal. Kegiatan formal seperti melakukan pelatihan bagi media, *coffee morning* bersama pimpinan daerah, buka puasa bersama, *press release*, konferensi pers dan lain sebagainya. Sedangkan kegiatan informal yang dilakukan berupa silaturahmi dengan pimpinan media maupun wartawan yang dilakukan secara rutin hampir setiap hari, selain itu juga komunikasi dan diskusi melalui *social media* seperti Whatsapp sebagai alat komunikasi.

Dengan kerjasama tersebut tentunya mempermudah Humas Sekretariat daerah Aceh untuk mempublikasikan pemberitaan mengenai pemerintah daerah, sebab hanya media yang memiliki alat lengkap sebagai penyebaran informasi dengan cepat dan luas.

Memang tak bisa dipungkiri, setiap hubungan yang terjalin selalu bagaikan ombak di bibir pantai, selalu padang dan surut. Begitu pula dengan dengan hubungan yang terjadi antara kedua profesi tersebut. Tentunya ada kendala yang selalu muncul dalam melaksanakan tugas dan fungsi Humas sebagai pintu informasi pemerintah daerah, diantaranya:

1. Independensi HRA sebagai yang tidak bisa diintervensi oleh Humas, sehingga meskipun Humas sangat menginginkan setiap pemberitaan itu dimuat, namun media tetap punya hak untuk memilih antara mempublikasikannya atau tidak.
2. Kualitas rilis yang dianggap kurang menarik dan kurang memiliki keseimbangan dalam mengambil narasumber. Rilis mengenai seremonial yang kurang memiliki kepentingan umum membuat rilis tersebut tidak dipedulikan oleh HRA.

B. Saran

Sebagai bagian dari pemerintahan daerah, Humas Sekretariat daerah Aceh diharapkan mampu mempertimbangkan hal berikut sebagai evaluasi diri dalam mencapai kerjasama yang baik dalam menjalankan hubungan dengan media, diantaranya:

1. Meningkatkan kinerja dalam pembuatan rilis yang lebih menarik kepada media, dengan memberitakan suatu pemberitaan yang lebih berimbang dari dua sisi, meskipun Humas Sekretariat Daerah Aceh akan selalu mengambil dari sisi pemerintahan saja.

2. Memperbanyak pelatihan pengembangan kepada para wartawan, sehingga antara wartawan HRA dan Humas Sekretariat Daerah Aceh sama-sama memiliki wawasan yang luas di bidang tertentu, sehingga lebih mudah dalam mencapai keinginan bersama.
3. Humas Sekretariat Daerah Aceh diharapkan lebih proaktif dalam menyampaikan pemberitaan dengan media sendiri seperti website dan media sosial, sehingga membangun citra positif dari dalam diri Humas sendiri.
4. Humas Sekretariat Aceh sudah sangat baik dalam melakukan kerjasama di bidang bisnis yang sudah dilakukan dengan HRA pada tahun 2019, namun demikian baik Humas maupun HRA harus tetap menjalankan tugasnya masing-masing tanpa melanggar kode etik.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikonto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Aneka Cipta
- Baswori dan Suwandi. 2008 *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Citpa.
- Ceisilia, Mega. 2014. *Aktivitas Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan*.
- Darmasturi, Rini. 2012. *Media relations*. Yogyakarta:CV. Andi Offset
- Eriansyah. 2014. *Strategi Humas Pemerintahan dalam Praktik Media Relations*.
- G, Consuelo Sevilla, dkk. 2000. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: UI Press
- Hadi, Sutrisno. 1993. *Metodelogi Recearch* (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fak. Fiskologi UGM
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Johnston, Jane. 2013. *Media Relations Issues & Strategie*. Australia: National Library of Australia
- Kardian, Andi Riva'I. 2016. *Komunikasi Sosial Pembangunan: Tinjauan Teori Komunikasi dalam Pembangunan Sosial*. Pekan Baru: Haw dan Ahwa.
- Kovach, Bill & Tom Rosenstiel. 2006. *Sembilan Elemen Jurnalisme*, Jakarta: Yayasan Pantau
- Kriyantono, Rachmat. 2018. *Meneropong Praktek Publics Relations di Indonesia dengan Teori dan Riset*. Malang: UB Press
- Mardalis. 2003. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara

- Moore, Frazier. 2004. *HUMAS Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Oetama, Jakob 2004. *Pers Indonesia: Berkomunikasi Dalam Masyarakat Tidak Tulus*,. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Poerwadarminta, W.J.S. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian (Public Relations dan Komunikasi)*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Satlita, Lena. *Aktivitas Public Relations dalam Rangka Membina Hubungan Baik dengan Media Massa*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syaodih, Nana Sukmadinata. 2005. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara
- Wahid, Abdul. 2017. *Masyarakat dan Teks Media*. Malang: UB Press
- Wahyu, Betty Nilla Sari. 2012. *Humas Pemerintahan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wardhani, Diah. 2013. *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Widjaja, H.A.W. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : PT Bumi Aksara

Jurnal

- Bambang, Aa A.S. *Periode Perkembangan Media Massa*, Jurnal Studi Komunikasi dan Media (Online). 2014. Vol.18, No.1.
- Budhirianto, Syarif & Risa Sunarsi, *Revitalisasi Fungsi Humas Pemerintah Dalam Tata Kelola Informasi Di Biro Humas Pemprov Jabar*, *Jurnal Komunikasi* (Online), Media dan Informatika (Online). 2017. Vol.6, No.2

Chatra, Yogi Deli dan Nurjanah, *Strategi Media Relations* Divisi Communications Departemen *Policy Government and Public Affairs* (PGPA) PT Chevron Pacific Indonesia (CPI) dalam Menjalankan Citra Positif Perusahaan), (Riau:Universitas Riau)

Devi, Belinda Larasati Siswanto & Firda Zulivia Abraham, Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan, *Jurnal Penelitian Komunikasi* (Online).2016.belindadevi@yahoo.co.id

Esa, Nugrahaning Pratiwi dkk. *Aktivitas Media Relations Humas Setda Kota Salatiga Dalam Membentuk Berita Positif*,*Jurnal Komunikasi ASPIKOM* (Online). 2015. Vol.2, No.5, 602013604@student.uksw.edu

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/aceh>

<http://Humas.acehprov.go.id/>

Perbawasari, Susie dkk, *Proses Public Relations Dalam Program Gerakan Pungut Sampah Pemerintah Kota Bandung*,*Jurnal Penelitian Komunikasi* (Online). 2016. Vol.19, No.2.susieperbawasari@yahoo.com

Saputra, Iswandi. 2018.*Strategi Media relations*, Perusahaan Pertambangan Timah dan *Agenda Setting Media* di Bangka Belitung, Vol.6, No.1.

Z, Amiruddin. *Fungsi Humas Pemerintah Kota Binjai Dalam Penyebaran Informasi Kebijakan Publik*, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*. 2016. Vol.17, No.2. amir010@kominfo.go.id

Skripsi

Rahmawati. *Aktivitas Humas UIN Ar-raniry dalam Menjalini Hubungan dengan Pers (Studi pada Humas UIN Ar-raniry)*. Skripsi, tidak diterbitkan. Banda Aceh:Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2014.

Dedy Riyadin Saputro. *Aktivitas Humas Dalam Menjalankan Media Relation*. Skripsi, tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga. 2009.

Herizal, *Media Relation Humas Pemerintah Aceh Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Masyarakat*, Skripsi, tidak diterbitkan. Banda Aceh: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Syiah Kuala), hal. 61

Lena Satlita, *Aktivitas Public Relations dalam Rangka Membina Hubungan Baik dengan Media Massa*, Skripsi, tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, hal. 19

Nova Misdayanti Mandasari, *Profesionalisme Praktisi Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Kota Banda Aceh Dalam Menjalankan Kegiatan Media Relations*, Skripsi, tidak diterbitkan. Banda Aceh: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Syiah kuala, hal.104

