

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Public relations pada dasarnya tergantung pada komunikasi dan relasinya. Melalui *public relations*, organisasi atau lembaga dapat berkomunikasi dan menjalin relasi dengan publik. Menjalinkan komunikasi dengan publik, organisasi memerlukan media massa, karena itu *media relations* menjadi bidang yang penting dalam dunia *public relations*. Ada dua sisi yang hendak dijangkau melalui *media relations*. Pertama, menjalin hubungan baik dengan media massa. Kedua, menjadikan media massa sebagai mitra agar organisasi atau lembaga dapat berkomunikasi dengan publik.

Media relations merupakan salah satu kegiatan yang penting bagi praktisi humas. Suatu pesan atau informasi yang bertujuan untuk memberi pemahaman kepada publik guna menumbuhkan kerja sama (*goodwill*), menumbuhkan saling pengertian (*mutual understanding*) dan terlebih menciptakan keuntungan bersama (*mutual favorable*) tentunya dapat disampaikan secara verbal dan non verbal atau lisan dan tulisan, maka terlihat jelas bahwa seorang praktisi humas tidak hanya dituntut untuk menguasai keterampilan menulis saja namun juga dituntut untuk menguasai keterampilan berkomunikasi.

Umumnya keberhasilan sebuah organisasi atau lembaga dicapai berkat keberhasilannya membangun hubungan baik dengan media. Terjalinnnya hubungan

baik, media senantiasa mempublikasikan setiap kegiatannya yang positif dan “berhati-hati” dalam pemberitaan yang negatif. Keterampilan berkomunikasi merupakan suatu hal yang akan selalu berkaitan erat dengan dunia kehumasan atau *public relations*. *Media relations* wajib dilakukan humas atau *public relations* sebuah organisasi atau lembaga agar berdampak pada meningkatnya *brand image* (Iriantara, 2005:29-30).

Lingkungan organisasi akan senantiasa berubah dari waktu ke waktu, bersifat tentatif dan fluktuatif, sehingga *Public Relations Officer* perlu memperhatikan dan terlebih menanggapi hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan organisasi melalui proses dan tindakan yang tepat dan berkelanjutan. Bahan Evaluasi menjadi sangat penting untuk diketahui oleh *Public Relations Officer* karena bahan evaluasi dapat memberikan gambaran apakah organisasi mengalami *progress* atau mengalami *regress* (Suhandang, 2004:175-180).

Setiap organisasi atau lembaga baik itu perusahaan swasta ataupun milik Negara membutuhkan hubungan yang baik dengan pihak eksternal diantaranya dengan media/pers, dalam menjalin kerjasama yang baik dibutuhkan hubungan yang baik demi tercapainya tujuan bersama baik itu tujuan media dan tujuan organisasi salah satunya melalui *Press Conference* atau Konferensi Pers.

Press conference atau Konferensi pers merupakan salah satu kegiatan komunikasi Humas yang bertujuan untuk mempererat hubungan dengan media yang sering digunakan oleh Humas untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui pertemuan formal dengan media. Kegiatan tersebut adalah tugas seorang

humas atau *PR* sebuah organisasi atau lembaga dengan tujuan utama membangun citra positif. *Press conference* bagi organisasi atau lembaga, baik perusahaan swasta maupun Lembaga Milik Negara merupakan wujud dari *good corporate* atau *good government*, begitupun dengan yang diterapkan oleh Seksi Humas di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.

Indonesia yang memiliki berbagai macam badan usaha milik negara (BUMN) tidak luput dari era globalisasi saat ini. Salah satu jenis badan usaha milik negara di Indonesia adalah PERUM. Perusahaan umum atau disingkat PERUM adalah perusahaan unit bisnis negara yang seluruhnya modal dan kepemilikan dikuasai oleh pemerintah dengan tujuan untuk memberikan penyediaan barang dan jasa publik yang baik demi melayani masyarakat umum serta mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan. Salah satu perum yang ada di Indonesia adalah Perhutani.

Perhutani adalah Badan Usaha Milik Negara berbentuk Perusahaan Umum (PERUM) sebagai pengelola sumberdaya hutan di pulau Jawa dan Madura. Peran strategis Perhutani adalah mendukung sistem kelestarian lingkungan, sistem sosial budaya dan sistem perekonomian masyarakat perhutanan. Dalam mengelola perusahaan, Perhutani menghargai seluruh aturan *mandatory* dan *voluntary* guna mencapai visi dan misi perusahaan. Perhutani optimis akan keberhasilan masa depan pengelolaan sumberdaya hutan dan lingkungan berdasarkan kondisi hutan yang ada, kekuatan visi yang ingin dicapai dan konsisten penerapan standar internasional

pengelolaan hutan sebagai pendukung bisnis yang berkelanjutan (<http://www.perumperhutani.com/index.php/profile/index>).

Perhutani membagi daerah pengelolaan sumberdaya hutan menjadi tiga unit salah satunya Perum Pehutani Jawa Barat dan Banten. Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten merupakan Badan Usaha Milik Negara yang dibawah oleh Kementerian Kehutanan. Seksi Humas Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten terdiri dari pegawai yang memiliki berbagai macam latar belakang pendidikan dan lingkup sosial yang berbeda sehingga masing-masing pegawai yang berada di divisi Humas akan memiliki pemahaman yang tentu berbeda satu sama lain mengenai *Media Relations*. Ketua Seksi Humas dan Protokol Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten, yaitu Ade Sugiharto menyatakan bahwa:

“Komunikasi itu penting, berbagai pengalaman yang saya pernah alami aktivitas menjalin hubungan yang baik dengan media atau kalangan pers sangat penting mengingat tugas dan fungsi seorang humas adalah menjalin hubungan baik tidak hanya dengan pihak internal namun pihak eksternal dengan tujuan utama membangun citra positif. Terjalannya hubungan baik itu, media potensial senantiasa mempublikasikannya seperti klarifikasi, dll. Humas selalu berhubungan dengan orang banyak, seorang humas harus segala tahu tentang semua urusan yang ada hubungannya dengan Organisasi dan pasti harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi” (hasil wawancara pada hari Jumat 18 Desember 2015 pukul 13:40).

Pernyataan yang disampaikan oleh Ketua Seksi Humas Perum Perhutani mengenai Keterampilan berkomunikasi dalam menjalin hubungan yang baik bagi seorang Praktisi Humas atau *Public Relations Officer*, disebabkan karena adanya

pengalaman yang dialami dan dimiliki mengenai keterampilan berkomunikasi. Pengalaman dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam menjalin hubungannya dengan media.

Kegiatan *Media relations* diartikan menjadi kegiatan verbal atau lisan yang sama pentingnya dengan kegiatan non verbal atau tulisan. Kegiatan verbal atau non verbal, lisan atau tulisan adalah sama penting karena kegiatan komunikasi harus berkesinambungan dan saling berkaitan satu sama lain.

Penyampaian informasi dalam bentuk lisan mempunyai keunggulan dibandingkan melalui tulisan karena biasanya Berlangsung cepat; Sering berlangsung tanpa alat bantu; Kesalahan dapat langsung diperbaiki; Dapat dibantu dengan gerak tubuh dan mimik muka keduanya memiliki arti, makna dan maksud tujuan lain, keduanya bisa memperkuat dan membuat pendengar lebih yakin akan kandungan isi yang dilisankan; *Face to face* sehingga mendapatkan *feedback* langsung, dan hasilnya dapat diarsipkan oleh notulen. *Press conference* bersifat memberikan informasi kepada publik dan waktu yang kondisional.

Press conference sesuai dengan namanya, berlangsung secara kondisional. *Conten* atau isi yang disampaikan kepada media seperti pemberitaan yang simpang-siur beredar, penyampaian program hingga prestasi perusahaan. *Press conference* sifatnya memberikan informasi perusahaan dari mulai isu positif hingga isu negatif.

Press conference di Perum Perhutani menurut hasil kegiatan yang dilakukan peneliti sebagai data pra observasi, berisi seputar klarifikasi perkara isu-isu yang simpang-siur, penyampaian program, profil lembaga, stuktur organisasi, prestasi

perusahaan, sambutan dari pimpinan-pimpinan organisasi, kehutanan, penghijauan, hingga kegiatan sosialisasi dan penelitian. Pelaksanaan kegiatan *press conference* memakan waktu beberapa bulan mengingat bahwa kegiatan *press conference* sifatnya kondisional dan tentatif.

Press conference di Perum Perhutani diselenggarakan dengan pihak eksternal perusahaan namun mencangkup dengan pihak media saja. Salah satu Staf Seksi Humas bagian peliputan dan wartawan Perum Perhutani, yaitu Didu menyatakan bahwa Konfrensi Pers/*Press Conference* fungsinya adalah memberikan informasi kepada publik melalui media, pernyataan ini mendedikasikan bahwa beliau ingin meluruskan pemahaman yang kurang tepat mengenai *press conference*. *Press conference* bukan hanya sekedar formalitas menjalin hubungan baik semata karna melalui *press conference*, publik akan mengetahui bagaimana tata kelola program-program organisasi dijalankan.

“*Press conference* itu sifatnya kondisional kalau ada perkara pengelolaan hutan yang sudah dimuat dimedia simpang-siur dan dibutuhkan klarifikasi. Canggihnya teknologi saat ini masyarakat dapat mengakses segala aspek secara cepat. Maka dari itu kegiatan *press conference* bersifat secara kondisional/tentatif. *Press conference* sebagai media penyampaian pesan kepada publik” (hasil wawancara pada hari senin 1 February 2016 pukul 14.02).

Pelaksanaan *press conference* dilakukan oleh Staf Seksi Humas Perum Perhutani mengikuti tata cara persiapan pelaksanaan yang sesuai dengan regulasi. *Press conference* yang dipersiapkan dengan materi menentukan isu bernilai berita, menetapkan juru bicara, siapkan media Kit/press kit, termasuk *press release*, siapkan siaran presentasi; LCD/projector, susun daftar undangan, tentukan waktu dan tempat,

dibuat menggunakan kalimat yang jelas dan padat, sehingga jarang ditemukan kalimat yang samar yang menyebabkan makna ganda. *Press conference* yang dipersiapkan oleh Staf Seksi Humas Perum Perhutani seringkali dijadikan sebagai bahan untuk *briefing* sebelum berlangsungnya *press conference* yang melibatkan seluruh Lembaga yang dibawah oleh Kementerian Kehutanan.

Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi yang bermaksud untuk mengetahui pengalaman terdalam Staf Seksi Humas Perum Perhutani mengenai makna *press conference* berdasarkan motif kebelakang dan motif kedepan serta pemahaman dan makna *press conference* itu sendiri. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami sehingga tidak terdapat batasan dalam memaknai fenomena yang dikaji (Kuswarno, 2000: 14).

Teori konstruksi sosial atas realitas merupakan teori yang digunakan dalam penelitian ini, teori konstruksi sosial atas realitas menjelaskan bahwa realitas itu diciptakan bukan ditemukan. Konstruksi ini memberi tindakan mencipta suatu makna dari apa yang dipelajari dan memeriksa pembentukan suatu makna yang ditampilkan oleh individu sesuai dengan *frame of experience* dan *frame of reference* masing-masing (Bungin, 2008:14).

Fenomena *press conference* di Perum Perhutani yang menginformasikan hasil dari penyampaian program yang akan atau telah terlaksana, isu-isu yang simpang-siur, menciptakan suatu konstruksi makna tersendiri bagi Staf Seksi Humas Perum Perhutani mengenai *press conference* yang merupakan salah satu wujud dari kegiatan *Media Relations*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu “Bagaimana Makna *Press Conference* bagi Staf Seksi Humas Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Staf Seksi Humas Perum Perhutani memaknai motif dalam pelaksanaan kegiatan *Press Conference*?
2. Bagaimana Staf Seksi Humas Perum Perhutani memaknai pemahaman dalam kegiatan *Press Conference*?
3. Bagaimana Staf Seksi Humas Perum Perhutani memaknai proses komunikasi dalam kegiatan *Press Conference*?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi fenomenologi dalam meneliti Makna *Press Conference* Bagi Staf Humas Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana Staf Seksi Humas Perum Perhutani memaknai motif dalam kegiatan *Press Conference*.
2. Untuk mengetahui bagaimana Staf Seksi Humas Perum Perhutani memaknai pemahaman dalam kegiatan *Press Conference*.
3. Untuk mengetahui bagaimana Staf Seksi Humas Perum Perhutani memaknai proses komunikasi dalam kegiatan *Press Conference*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi yang faktual bagi perkembangan Ilmu Komunikasi yang didasarkan pada studi fenomenologi serta dapat menggambarkan tentang makna *Press Conference* yang meliputi aspek motif, pemahaman dan makna *Press Conference* bagi Staf *Public Relations*. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi tentang *Media Relations* yang berbasis pada pendekatan studi fenomenologi dengan pendekatan kualitatif.

a. Kegunaan penelitian bagi Instansi Pendidikan.

Memberikan kontribusi, pengertian, dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya *Media Relations* berfokus pada *Press Conference* dengan mengetahui motif persiapan dan pelaksanaan *Press Conference*, pemahaman tentang *Press Conference* sehingga menghasilkan makna *Press Conference* bagi Staf Humas atau *Public Relations*.

b. Kegunaan penelitian bagi Mahasiswa.

Mahasiswa diharapkan dapat memahami, mengenal serta menerapkan secara aplikatif teori dan konsep *Media Relations* berfokus pada *Press Conference*, dan meningkatkan keterampilan di bidang *Media Relations*.

c. Kegunaan penelitian bagi Instansi Peneliti.

Penulis mendapatkan pengalaman sehingga penulis dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktek serta penerapan *Media Relations* di lapangan.

1.5.2. Kegunaan Praktis

a. Kegunaan penelitian bagi Instansi Lembaga.

Penerapan konsep *Media Relations* diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya keterampilan berkomunikasi bagi Praktisi Humas atau *Public Relations Officer* di dalam organisasi.

b. Kegunaan penelitian bagi Praktisi Humas.

Aplikasi yang diterapkan oleh Praktisi Humas atau *Public Relations Officer* di lapangan diharapkan dapat meningkatkan dan memperhatikan *Media Relations* di ranah *Public Relations*.

c. Kegunaan penelitian bagi Instansi Pembaca/Masyarakat Luas.

Memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang konsep *Media Relations*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui pentingnya keterampilan berkomunikasi bagi Praktisi Humas atau *Public Relations Officer*.

1.6 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

1.6.1. Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Arief Wibisono, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2015. Penelitian ini berjudul Pelaksanaan *Media Relations* Humas Polda Jawa Barat melalui pembuatan *Press Release* Tentang kasus minuman keras olosan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan Humas Polda Jabar pada pembuatan *press release* dibangun sebagai grand design dari menjadi panduan dalam pembuatan *press release* yang berisi mengenai tujuan, segmen, pesan, pengemasan pesan, media publikasi dan target produk *press release*.

Perbedaan penelitian Arief Wibisono terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Arief bertujuan untuk mengetahui Bagaimana pelaksanaan media relations Humas Polda Jabar melalui pembuatan *press release* ditinjau dari perencanaan, implementasi dan evaluasi yang dilakukan, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konstuksi Makna Press Conference bagi Staf Divisi Humas.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Pemaknaan Kegiatan Humas *Gathering* Di Pikiran Rakyat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus dengan teori konstruksi sosial atas realitas dan teori interaksi simbolik.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan Humas *Gathering* sebagai program *government relations* yang diadakan oleh pikiran Rakyat khususnya bagian Humas. Kegiatan ini merupakan program tahunan yang sudah terselenggara selama dua tahun untuk mengundang humas pemerintah daerah se-Jawa Barat. Penelitian ini menemukan fakta bahwa Humas *Gathering* Pikiran Rakyat memuat Lobi, strategi Komunikasi, dan strategi komunikasi bisnis.

Perbedaan penelitian Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso terdapat pada tujuan penelitian dan pendekatan penelitian yang di gunakan, penelitian Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso menggunakan pendekatan studi kasus dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Makna Kegiatan Humas *Gathering* sebagai Program *Government Relations* bagi Staf Humas Pikiran Rakyat, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi bertujuan untuk mengetahui Makna *Press Coference* bagi Staf Divisi Humas.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dody Setia Permana, mahasiswa Jurusan Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Makna Bersepedah Bagi Anggota *Cycling Bachelor*. Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi dengan teori konstruksi sosial atas realitas dan interaksi simbolik.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa motif dan pengalaman dari bersepedah cukup beragam. Kesadaran atas kebutuhan interaksi social adalah faktor pembentuk makna bahwa sepedah adalah moda transportasi yang manusiawi. Selain itu interaksi dengan lingkungan dan pemahaman atas lingkungan sangat mempengaruhi keputusan dan pembentuk makna dalam bersepedah.

Perbedaan penelitian Dody Setia Saputra terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, penelitian Dody Setia Saputra bertujuan untuk mengetahui bagaimana Anggota *Cycling Bachelor* memaknai Bersepedah, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konstuksi makna *Press Conference* bagi Staf Divisi Humas.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Dita Artianni Lestari, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Konstruksi Makna *Media Relations* Oleh Staf Biro Humas Kementrian RI. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penumpang Staf Biro Humas Kementrian Social RI memaknai kegiatan *media relations* sebagai penyebar informasi, sarana menjalin relasi, sebagai inventasi dan pembentuk reputasi. Motif dalam melaksanakan kegiatan *media relations* yang dimiliki oleh informan terbagi kedalam dua motif yaitu motif ‘karena’ yang merujuk pada pengalaman masa lalu dan motif ‘untuk’ yang memiliki orientasi pada masa depan. Motif ‘karena’ terdiri dari; kesadaran terhadap isu kesejahteraan social masih belum memadai dan adanya pandangan bahwa tugas kementrian social hanya untuk member bantuan. Sedangkan motif ‘untuk’ terdiri dari; membangun mitra kerja, mensosialisasikan program, menjangkau khalayak yang lebih luas, mengembalikan kepercayaan masyarakat dan membentuk citra yang baik. Pengalaman yang dialami berupa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan kegiatan *media relations* serta pengalaman suka-duka yang dialami informan.

Perbedaan penelitian Dita Artianni Lestari terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, penelitian Dita Aritianni Lestari bertujuan bagaimana Konstruksi Makna *Media Relations* oleh Staf Biro Humas Kementrian RI, sedangkan pada

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna *Press Conference* bagi Staf Divisi Humas.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Zhazha Laila Qadarsih, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2013. Penelitian ini berjudul Makna Bisnis *Online* bagi Pengusaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna Bisnis *Online* bagi Pengusaha *Indie (Independent)*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengusaha *Indie* memaknai bisnis *online* via *facebook fan fage* berasal dari motif, pemaknaan dan pengalaman tindakan komunikasi diri pengusaha terhadap bisnis *online* via *facebook fan fage*, sehingga muncul pemaknaan masing-masing yang berbeda satu sama lain. Saran dari Penelitian ini yaitu para pelaku bisnis baru agar mengetahui terlebih dahulu tentang bisnis *online* dan media yang akan di gunakan sebagai sarana publikasinya.

Perbedaan penelitian Zhazha Laila Qadarsih terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Zhazha Laila Qadarsih bertujuan untuk mengetahui Makna Bisnis *Online* bagi Pengusaha *Indie (Independent)*, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna *Press Conference* bagi Staf *Public relations*.

Tabel 1.6.1

Penelitian Terdahlu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Fokus Kajian	Metode Penelitian dan Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
Arief Wibisono Tahun 2015	Pelaksanaan <i>Media Relations</i> di Lingkungan Kepolisian	Bagaimana pelaksanaan <i>media relations</i> Humas Polda Jabar melalui pembuatan <i>press release</i> ditinjau dari perencanaan, implementasi dan evaluasi yang dilakukan.	Metode Kualitatif dengan Studi deskriptif.	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan Humas Polda Jabar pada pembuatan <i>press release</i> dibangun sebagai <i>grand design</i> dari menjadi panduan dalam pembuatan <i>press release</i> yang berisi mengenai tujuan, segmen, pesan, pengemasan pesan, media publikasi dan target produk <i>press release</i> .	Perbedaan penelitian Arief Wibisono terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Arief bertujuan untuk mengetahui Bagaimana pelaksanaan <i>media relations</i> Humas Polda Jabar melalui pembuatan <i>press release</i> ditinjau dari perencanaan, implementasi dan evaluasi yang dilakukan, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna <i>Press Conference</i> bagi Staf Divisi Humas.
Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso Tahun 2012	Pemaknaan Kegiatan Humas <i>Gathering</i> Di Pikiran Rakyat	Bagaimana Makna Kegiatan Humas <i>Gathering</i> sebagai Program Government Relations bagi Staf Humas Pikiran Rakyat	Metode Kualitatif Pendekatan Studi Kasus dengan Teori Konstruksi Sosial atas Realitas dan Teori Interaksi Simbolik	Hasil Penelitian ini adalah baha kegiatan Humas <i>Gathering</i> sebagai program <i>government relations</i> yang diadakan oleh pikiran Rakyat khususnya bagian Humas. Kegiata ini merupakan Program tahunan yang sudah terselenggara selama dua tahun untuk mengundang humas pemerintah daerah se-Jawa Barat. Penelitian	Perbedaan penelitian Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso terdapat pada tujuan penelitian dan pendekatan penelitian yang di gunakan, Penelitian Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso menggunakan pendekatan studi kasus dan bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Makna Kegiatan Humas <i>Gathering</i> sebagai Program Government Relations bagi Staf Humas Pikiran Rakyat, sedangkan pada penelitian ini menggunakan

				ini menemukan fakta bahwa Humas <i>Gathering</i> Pikiran Rakyat memuat Lobi, strategi Komunikasi, dan strategi komunikasi bisnis.	pendekatan fenomenologi bertujuan untuk mengetahui Makna <i>Press Conference</i> bagi Staf Divisi Humas.
Dody Setia Permana Tahun 2012	Makna Bersepedah Bagi Anggota <i>Cycling Bachelor</i>	Bagaimana Makna Bersepedah Bagi Anggota <i>Cycling Bachelor</i>	Metode Kualitatif Pendekatan Fenomenologi dan Teori Konstruksi Sosial atas Realita dan Interaksi Simbolik.	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa motif dan pengalaman dari bersepedah cukup beragam. Kesadaran atas kebutuhan interaksi social adalah faktor pembentuk makna bahwa sepeda adalah moda transportasi yang manusiawi. Selain itu interaksi dengan lingkungan dan pemahaman atas lingkungan sangat mempengaruhi keputusan dan pembentuk makna dalam bersepedah.	Perbedaan penelitian Dody Setia Permana terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Dody Setia Permana bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Makna Bersepedah Bagi Anggota <i>Cycling Bachelor</i> , sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna <i>Press Conference</i> bagi Staf Divisi Humas.
Dita Artianni Lestari Tahun 2012	Konstruksi Makna <i>Media Relations</i> oleh Staf Biro Humas Kementerian RI	Bagaimana Makna <i>Media Relations</i> oleh Staf Biro Humas Kementerian RI	Metode Kualitatif dengan Pendekatan Fenomenologi dan Teori Fenomenologi	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penumpang Staf Biro Humas Kementerian Social RI memaknai kegiatan media relations sebagai penyebar informasi, sarana menjalin relasi, sebagai inventasi dan pembentuk	Perbedaan penelitian Dita Artianni Lestari terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Dita Artianni Lestari bertujuan Bagaimana Makna <i>Media Relations</i> oleh Staf Biro Humas Kementerian RI, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna <i>Press</i>

				<p>reputasi. Motif dalam melaksanakan kegiatan media relations yang dimiliki oleh informan terbagi kedalam dua motif yaitu motif 'karena' yang merujuk pada pengalaman masa lalu dan motif 'untuk' yang memiliki orientasi pada masa depan. Motif 'karena' terdiri dari; kesadaran terhadap isu kesejahteraan social masih belum memadai dan adanya pandangan bahwa tugas kementerian social hanya untuk member bantuan. Sedangkan motif 'untuk' terdiri dari; membangun mitra kerja, mensosialisasikan program, menjangkau khalayak yang lebih luas, mengembalikan kepercayaan masyarakat dan membentuk citra yang baik. Pengalaman yang dialami berupa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan kegiatan media relations serta</p>	<p><i>Conference</i> bagi Staf Divisi Humas.</p>
--	--	--	--	---	--

				pengalaman sukaduka yang dialami informan.	
Zhazha Laila Qadarsih Tahun 2013	Makna Bisnis <i>Online</i> bagi Pengusaha	Bagaimana Makna Bisnis <i>Online</i> bagi Pengusaha Indie (Independent)	Metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengusaha Indie memaknai bisnis online via facebook fan fage berasal dari motif, pemaknaan dan pengalaman tindakan komunikasi diri pengusaha terhadap bisnis online via facebook fan fage, sehingga muncul pemaknaan masing-masing yang berbeda satu sama lain. Saran dari Penelitian ini yaitu para pelaku bisnis baru agar mengetahui terlebih dahulu tentang bisnis online dan media yang akan di gunakan sebagai sarana publikasinya.	Perbedaan penelitian Dita Artianni Lestari terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Dita Artianni Lestari bertujuan Bagaimana Makna <i>Media Relations</i> oleh Staf Biro Humas Kementrian RI, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna <i>Press Conference</i> bagi Staf Divisi Humas.

Tabel 1.6.1 Penelitian Terdahulu
Sumber: Olahan Peneliti

1.6.2. Kerangka Pemikiran

A. Kerangka Teoritis

Penelitian membutuhkan sebuah landasan untuk mendasari berjalannya suatu penelitian, termasuk penelitian kualitatif. Penelitian dimulai dengan memetakan bahan-bahan pendukung penelitian melalui kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran

merupakan landasan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian agar peneliti dapat fokus dan tidak melenceng pada permasalahan pokok.

Penelitian ini berawal dari fenomena yang muncul dan memiliki kesan yang cukup kuat. Praktisi Humas atau *Public Relations Officer* identik dengan berbagai kegiatan non verbal dan *back stage* seperti *PR Writing* dan tidak memanfaatkan fungsi humas yang sebenarnya, tugas humas hanya mengarsipkan data, dokumen, membuat surat keluar dan menerima surat masuk. Pemahaman yang muncul dan tidaklah salah, hanya saja terkesan *segmented* atau terbagi-bagi, karena jika dikaji lebih lanjut maka kegiatan verbal, seperti *public speaking*, berpenampilan menarik dan kegiatan *Media Relations* adalah tugas wajib seorang humas yang diterapkan Staf Praktisi Humas atau *Public Relations Officer* juga berperan penting di *front stage* dan Humas Perum Perhutani.

Press conference merupakan salah satu dari kegiatan *Media Relations* dan merupakan alat yang berfungsi sebagai media penyampaian pesan organisasi kepada publik melalui media, baik perusahaan swasta maupun milik Negara untuk mempertahankan eksistensi organisasi. *Press Conference* dianggap penting karena merupakan tugas dan fungsi humas serta perwujudan dari pertanggung jawaban dan pengelolaan organisasi dalam menjalin hubungan dengan media/pers.

Pemahaman dan pemaknaan Staf Seksi Humas Perum Perhutani mengenai *Press Conference* muncul berdasarkan pengalaman, keseharian dan pengetahuan sehingga Staf Seksi Humas mengkonstruksi makna *Press conference* dalam diri masing-masing melalui realitas dan keseharian yang ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Fenomenologi dengan paradigma konstruktivisme dan teori konstruksi sosial atas realitas. Konstruksi sosial atas realitas digunakan sebagai penopang dasar dari permasalahan yang diangkat mengenai Makna *Press conference* bagi Staf Seksi Humas Perum Perhutani.

1. Fenomenologi

Pendekatan fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu fenomenologi *Albert Shutz*. Teori fenomenologi dari *Alfred Schutz* (1899-1959), dalam *The Penomenologi of Sosial World* (1967:7) mengemukakan bahwa orang secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberi tanda dan arti tentang apa yang mereka lihat. Interpretasi merupakan proses aktif dalam menandai dan mengartikan tentang sesuatu yang diamati, seperti bacaan, tindakan atau situasi bahkan pengalaman apapun.

Fenomenologi *Schutz* mengatakan bahwa pada hakikatnya peneliti mengasumsikan diri sebagai orang yang bukan bagian dari dunia yang diamatinya, dalam penelitian ini yaitu mengenai fenomena *press conference*. Fenomenologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait.

Fenomenologi bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya, oleh karena itu fenomenologi juga diartikan sebagai studi tentang makna, dimana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa yang mewakilinya. Peneliti dapat mengetahui motif kebelakang dan motif kedepan dalam persiapan dan

pelaksanaan *press conference* serta pemahaman dan makna *press conference* dari sisi

Staf Seksi Humas Perum Perhutani.

“Fenomenologi adalah pendekatan yang beranggapan bahwa suatu fenomena bukanlah realitas yang berdiri sendiri. Fenomena yang tampak merupakan objek yang penuh dengan makna yang transedental. Dunia sosial keseharian tempat manusia hidup senantiasa merupakan suatu yang intersubjektif dan sarat dengan makna. Dengan demikian, fenomena yang di pahami oleh manusia adalah refleksi dari pengalaman transedental dan pemahaman tentang makna” (*Little John*, 2005: 336).

Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya. *Schutz* mengkhususkan perhatiannya kepada satu bentuk dari subyektivitas yang disebutnya: antar subyektivitas. Konsep ini menunjuk kepada pemisahan keadaan subyektif atau secara sederhana menunjuk kepada dimensi dari kesadaran umum ke kesadaran khusus kelompok sosial yang sedang saling berintegrasi.

Intersubyektivitas yang memungkinkan pergaulan sosial itu terjadi, tergantung kepada pengetahuan tentang peranan masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi. Konsep intersubyektivitas ini mengacu kepada suatu kenyataan bahwa kelompok-kelompok sosial saling menginterpretasikan tindakannya masing-masing dan pengalaman yang diperoleh melalui cara yang sama seperti yang dialami dalam interaksi secara individual.

Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi karena pada penelitian ini berkaitan dengan pendekatan fenomenologi yang mencoba menjelaskan atau

mengungkap makna konsep atau fenomena yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada individu.

Peneliti mengamati fenomena *press conference* yang ada di Perum Perhutani, dimana Staf Seksi Humas yang terlibat dalam kegiatan *Media Relations* terutama dalam persiapan/pelaksanaan *press conference* memiliki motif, pemahaman yang berbeda berdasarkan pengalaman yang dirasakan atau dialami masing-masing Staf.

2. Konstruksi Sosial Atas Realitas

Konstruksi sosial atas realitas berakar dari paradigma konstruktivisme yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Asumsi dasar teori konstruksi sosial atas realitas menurut *Berger dan Luckman* yaitu:

- a. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.
- b. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan.
- c. Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus-menerus.
- d. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat didalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) yang memiliki karakteristik yang spesifik (Suparno, 1997: 24).

Berger dalam (Bungin, 2008:14) mengemukakan bahwa realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan tetapi sebaliknya, realitas itu dibentuk dan dikonstruksi sehingga realitas yang ada memiliki wajah ganda/plural. Realitas sosial memisahkan pemahaman ‘kenyataan dan pengetahuan’. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-

realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata.

Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing. Konstruksi sosial atas realitas digunakan sebagai penopang dasar dari permasalahan yang diangkat mengenai makna *Press Conference* bagi Staf Seksi Humas Perum Perhutani.

B. Kerangka Konseptual

1. *Media Relations*

Media relations merupakan salah satu bagian dari fungsi eksternal yang dijadikan sebagai sarana humas untuk lebih mengenal publik melalui pihak-pihak yang mewakili kepentingan publik. Media massa, pers dan para pelaku komunikasi massa lainnya dapat menjadi bagian langsung yang dibina hubungan baiknya oleh humas guna mendapatkan pemberitaan yang lebih mendukung keberadaan organisasi. *Media relations* berkenaan dengan pihak eksternal, sehingga upaya pembinaannya pun berbeda dengan kepentingan internal karena pihak eksternal berada di luar dari jangkauan structural organisasi sebagaimana ungkapan Iriantara (2011:32) bahwa :

“*Media relations* sebagai bagian dari *publik relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi”.

Media relations merupakan sarana organisasi untuk saling mengenal dengan publiknya, sehingga *media relations* dapat menjadi penghubung informasi yang dibutuhkan publik mengenai organisasi dan begitupun sebaliknya. *Media relations* dilakukan guna memaksimalkan peran media sebagai sumber informasi publik terkait dengan informasi-informasi yang diberikan humas. Humas pemerintahan menjadikan *media relations* sebagai bagian dalam upaya mendapatkan publisitas sebagai peran *media relations* yang diungkapkan Jefkins (dalam Soemirat dan Ardianto, 2007:122) bahwa :

“Peranan hubungan pers adalah untuk memperoleh pemuatan atau penyiaran secara maksimal tentang informasi *PR* yang disampaikan untuk memberikan pengetahuan dan menciptakan pengertian publiknya”.

Bagi humas pemerintahan, *media relations* menjadi bagian yang penting dalam membangun keterbukaan informasi untuk menjalankan fungsi humas sebagai pemberi informasi. Terlebih dalam pemerintahan yang mengedepankan demokrasi sebagai bagian dari ideologinya, maka *media relations* akan membangun pemenuhan kebutuhan informasi publik sebagaimana diungkapkan Cultip et, al. (2007:487)

bahwa :

“Tradisi demokrasi masyarakat agar agen pemerintahan Negara dapat diakses oleh media berita, dan karenanya hubungan media adalah fungsi dasar dari petugas humas. Sifat dari program pemerintahan sangat penting dan karenanya minat media juga sangat tinggi.”

Secara esensial, pemahaman *media relations* merujuk pada tujuan untuk menciptakan hubungan baik dengan para pelaku media guna menempatkan informasi-

informasi penting sebagai sumber berita yang dinilai penting untuk disampaikan dengan baik. *Media relations* digunakan sebagai sarana humas untuk mendapatkan publisitas pemberitaan atas adanya hubungan yang baik dengan media. Hubungan baik tersebut semakin membuka kesempatan pemberitaan yang juga akan berkenaan dengan cara publisitas yang sesuai dengan yang diharapkan humas.

Media memiliki caranya sendiri dalam memproduksi informasi dari humas sehingga publisitas dapat tidak terkontrol. *Media relations* berperan sebagai bagian dari tanggung jawab humas yang digunakan untuk membentuk cara pandang pers yang lebih positif pada pemberitaan karena adanya pemahaman yang baik pada organisasi melalui *media relations*. *Media relations* kemudian dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan publisitas dan mendapatkan tempat pemberitaan yang cukup sebagaimana dijelaskan Wardhani (2008:13) mengenai tujuan *media relations*, antara lain:

“1) Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga/organisasi yang baik untuk diketahui umum. 2) Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan ulasan, tajuk yang wajar, objektif dan seimbang/*balance*) mengenai hal-hal yang menguntungkan lembaga/organisasi. 3) Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembaga/organisasi. 4) Untuk melengkapi data/informasi bagi pimpinan lembaga/organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian (*assesment*) secara tepat mengenai situasi/ permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan lembaga/ perusahaan. 5) Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati”.

Tujuan *media relations* tersebut menunjukkan peran penting *media relations* untuk membangun nama organisasi dan juga menerapkan kebijakan publik. Humas pemerintahan menjadikan tujuan *media relations* sebagai bagian dalam tujuannya

mendapatkan pemahaman publik melalui bantuan informasi-informasi yang diberikan media. Sifat hubungan baik yang dibina dalam *media relations* menjadi dasar humas melakukan *media relations* yang baik dengan prinsip penyelenggaraan *media relations* yang mengedepankan kepentingan media. *Media relations* penting untuk dibangun dan dikembangkan yang diterapkan melalui beberapa prinsip dasar yang dapat membuat fungsi *media relations* lebih efektif sebagaimana diungkapkan Jefkins (2004:101) antara lain :

“1) Memahami dan melayani media, yakni humas harus menjalin hubungan timbal balik yang saling menguntungkan dengan pers. 2) Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya, yakni humas harus selalu siap menyediakan atau memasok materi-materi yang akurat dimana saja dan kapan saja. 3) Menyediakan salinan yang baik, yakni humas harus dapat menyediakan salinan informasi yang baik, menarik dan jelas. 4) Berkerja sama dalam penyedia materi, humas dan pers dapat berkerja sama mempersiapkan kebutuhan informasi. 5) Menyediakan fasilitas verifikasi, yakni humas perlu memberikan sarana verivikasi (pembuktian kebenaran) atas setiap materi yang diterima pers. 6) Membangun hubungan personal yang kokoh, yakni humas harus dilandasi dengan keterbukaan, kejujuran dan sikap saling menghormati”.

Prinsip-prinsip dalam melaksanakan *media relations* yang diungkapkan Jefkins di atas menjadi salah satu dasar pemahaman peneliti untuk lebih memaknai dan memahami pelaksanaan *media relations* dilingkungan humas pemerintahan. Prinsip-prinsip *media relations* di atas, relevan dalam memahami berbagai praktek penerapan *media relations* yang dilakukan humas pemerintahan yang utamanya dilakukan dengan menyajikan berbagai dasar dalam membuat kegiatan-kegiatan *media relations*. Prinsi *media relations* ini dapat memberikan gambaran jelas mengenai cara humas cara humas pemerintahan melaksanakan *media relations*

sehingga prinsip-prinsip tersebut mewakili keseluruhan konsep utama *media relations* sebagai cara dalam membangun hubungan baik.

2. *Press Conference*

Ada tiga acara pers menurut Jefkins dalam bukunya *Public Relations*, edisi keempat yaitu sebagai berikut:

a. Konperensi Pers (*Press Conference*)

Sebuah pertemuan para wartawan yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang tengah hangat dibicarakan. Biasanya acara ini diselenggarakan secara mendadak, dan tempatnyapun seadanya.

b. Resepsi Pers (*Press Reception*)

Acara kumpul kalangan pers ini biasanya lebih menyenangkan, lebih terencana dan terorganisir. Dalam acara resepsi ini, para jurnalis di undang untuk meliput suatu acara, mendengarkan keterangan-keterangan resmi atau sekedar bercakap-cakap guna mendekatkan hubungan antara para jurnalis dengan organisasi yang bertindak sebagai pihak penyelenggaranya. Acara ini senantiasa disertai dengan jamuan, entah itu berupa makan siang dan makan malam.

c. Kunjungan Pers (*Facility Visit*)

Wartawan sering kali diundang guna mengunjungi sebuah pabrik, menghadiri acara pembukaan kantor baru yang disusul dengan peninjauan bersama, atau acara demonstrasi produk baru. Acara ini juga disertai fasilitas transportasi, jamuan, selingan ramah tamah, dan terkadang akomodasi menginap (apabila tempatnya diluar kota atau bahkan luar negeri) (Jefkins, 2004: 119)

Adapun pengertian konperensi pers, menurut Effendy (1989: 282), dalam

Kamus Komunikasi adalah:

“Konperensi pers (*Press Conference*) ialah pertemuan antara seseorang-baik secara pribadi maupun sebagai wakil suatu lembaga dengan para wartawan, untuk memberikan informasi beserta penjelasan secara bertanyajawab mengenai suatu persoalan yang menyangkut kepentingan umum; penyelenggaraan biasanya adalah pihak pemberi informasi”.

Menurut **Nolte & Wilcox (1984: 187)**, dalam buku yang berjudul *Effective Publicity*, alasan dilakukannya sebuah konferensi pers, adalah:

"A press conference is justified when there is important news, when it is desirable to give it to all reporters at the same time, and when reporters may want to ask questions".

Pernyataan di atas diterjemahkan bebas oleh peneliti sebagai berikut: sebuah konferensi pers ditentukan saat ada berita penting, saat kita ingin memberikan semuanya kepada semua reporter dalam waktu yang bersamaan, dan saat reporter ingin mengajukan pertanyaan.

Nolte & Wilcox (1984: 187), dalam *Effective Publicity*, menampilkan esensi dari sebuah konferensi pers, yaitu:

"They should probably be called media conferences because they frequently include broadcast media, but the name has been used for so long that most people use it for all purposes. Media people generally dislike them because so many are called for no legitimate reason other than trying to stir up some publicity. For this reason a press conference should be scheduled only when it is truly necessary".

Diterjemahkan bebas oleh peneliti sebagai berikut: Konferensi pers seharusnya disebut sebagai media konferensi, karena konferensi pers biasanya termasuk ke dalam sebuah media siaran (media *broadcast*), tetapi nama atau istilah konferensi pers sebenarnya sudah lama digunakan untuk berbagai jenis kebutuhan. Media publik pada umumnya, tidak sama dengan konferensi pers, karena begitu banyak media publik yang tidak memiliki alasan yang sah (alasan yang tidak memiliki keabsahan/legitimasi), untuk dapat menciptakn sebuah publisitas. Untuk

alasan itu, konperensi pers direncanakan apabila hal itu memang betul-betul dibutuhkan.

Tujuan konperensi pers, dalam bukunya Dasar-dasar *Public Relations*, adalah:

1. Menyebarkan informasi positif kepada publik (masyarakat luas) tentang perusahaan.
2. Menetralisir atau membantah berita yang tidak benar atau negatif.
3. Meningkatkan citra (*Image*) yang dapat menunjang pemasaran suatu produk/program baru.
4. Membina hubungan secara langsung dengan pers. (Soemirat, 2003: 135)

Nolte & Wilcox, dalam buku yang berjudul *Effective Publicity*, ada beberapa aspek-aspek penting yang perlu diperhatikan dalam konperensi pers, yaitu:

1. Penjadwalan sebuah konperensi pers
2. Pemisahan media
3. Undangan
4. Penanganan konperensi pers
5. Press-kit (1984, 188-189).

3. Makna

R. Brown dalam Sobur (2004:256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Komponen dalam makna yang membangkitkan suatu kata atau kalimat.

Kempson dalam Sobur (2004:256) menyatakan bahwa ada tiga hal yang coba dijelaskan oleh para filsuf dan linguis sehubungan dengan usaha menjelaskan makna dalam proses komunikasi, ketiga hal tersebut yakni:

1. menjelaskan makna kata secara ilmiah,
2. mendeskripsikan kalimat secara alamiah,
3. menjelaskan makna dalam proses komunikasi.

Fisher dalam Alex Sobur menjelaskan hal yang berkaitan tentang makna bahwa :

“Makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial. Makna sebagai konsep komunikasi mencakup lebih daripada sekedar penafsiran atau pemahaman seorang individu saja. Makna selalu mencakup banyak pemahaman aspek-aspek secara bersama dimiliki para komunikator”(Sobur, 2004: 346).

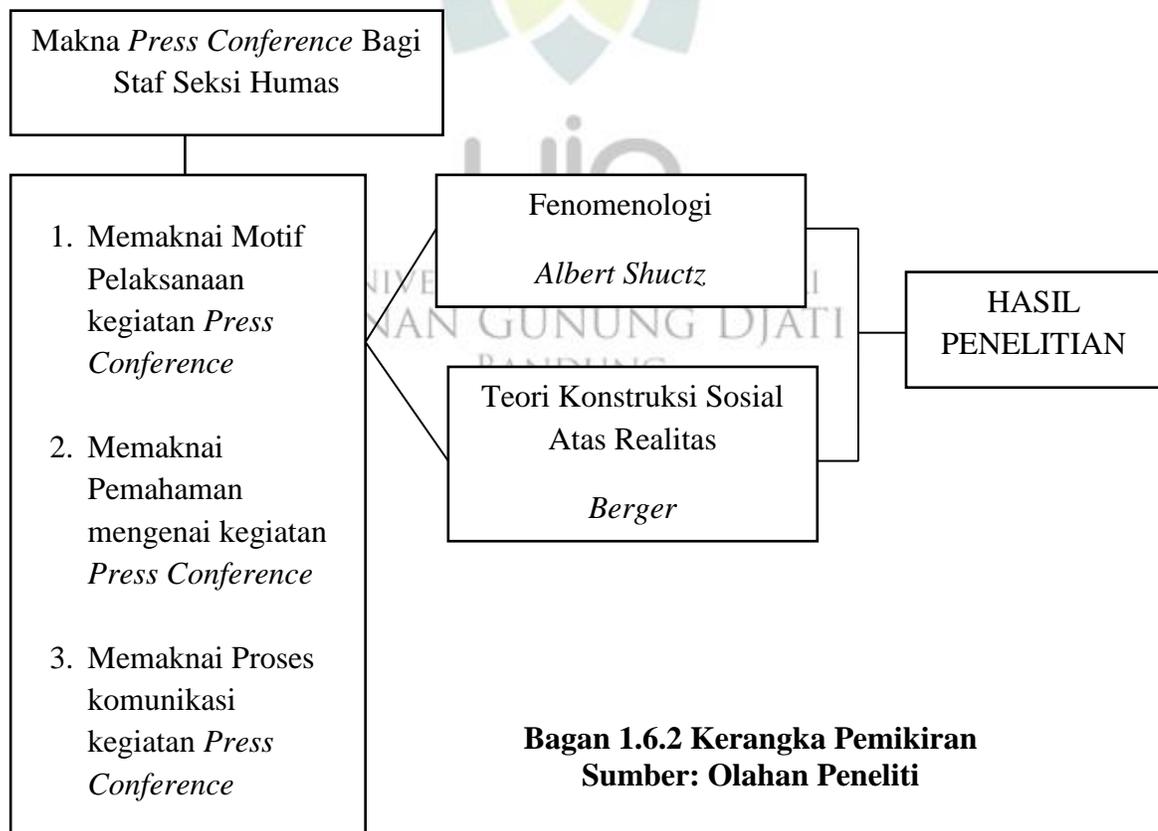
Makna adalah suatu bentuk kebahasaan yang harus dianalisis dalam batas-batas atau unsur-unsur penting situasi di mana penutur mengujarnya. makna merupakan hubungan antara bahasa dengan bahasa luar yang disepakati bersama oleh pemakai bahasa sehingga dapat saling dimengerti. Batasan tentang pengertian makna sangat sulit ditentukan karena setiap pemakai bahasa memiliki kemampuan dan cara pandang yang berbeda dalam memaknai sebuah ujaran atau kata.

Pandangan lain yang menjelaskan konsep makna menurut *Wendell Jhonson* dalam Sobur (2004:258-259) tentang model proses makna yang menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antar manusia, yaitu:

- a. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia.
- b. Makna berubah. Kata-kata relatif statis, banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu, tetapi makna dari kata-kata terus berubah khususnya terjadi dalam dimensi emosional dari makna

- c. Makna membutuhkan acuan, meski tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bila mempunyai ikatan dengan dunia atau lingkungan eksternal
- d. Penyingkatan yang berlebihan akan merubah makna.
- e. Makna tidak terbatas jumlahnya. Jumlah kata-kata suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas.
- f. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang diperoleh dari suatu kejadian bersifat multiaspek dan sangat kompleks tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna yang dapat dijelaskan.

Bagan 1.6.2 Kerangka Pemikiran



Bagan 1.6.2 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Peneliti

1.7 Langkah Penelitian

1.7.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan maksud untuk memahami dan menggali lebih dalam mengenai fenomena *press conference* sehingga dapat diketahui motif dari persiapan dan pelaksanaan *press conference*, pemahaman mengenai *press conference*, sampai kepada makna terdalam mengenai *press conference* bagi Staf Seksi Humas di Perum Perhutani.

Data penelitian kualitatif yang berhasil dikumpulkan merupakan data deskriptif yang berupa kata, kalimat, pernyataan dari narasumber atau informan langsung, dan konsep bukan berupa angka. *Jhon Creswell* menyatakan bahwa definisi penelitian kualitatif adalah:

“Penelitian kualitatif sebagai sebuah proses penelitian yang mengeksplorasi masalah sosial dan manusia, dimana peneliti membangun gambaran yang kompleks dan menyeluruh, menganalisa kata-kata, melaporkan secara detail pandangan reponden dan melakukannya dalam sebuah setting penelitian yang naturalistik” (*Creswell*, 1998:15).

Penelitian kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasikan dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap melibatkan upaya-upaya yang penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur pengumpulan data.

Metode penelitian kualitatif dalam Sugiyono (2011:1), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik

pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2012:4) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atas lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati

Sugiyono (2011:2-3) mengungkapkan dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumennya adalah peneliti itu sendiri sehingga untuk dapat menjadi instrumen maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisa, memotret dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.

Penelitian kualitatif berakar dari paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif melalui interaksinya dengan dunia objek material. *Von Grasselfeld* dalam Elvinaro Ardianto menyatakan:

“Konstruktivisme menegaskan bahwa pengetahuan tidak lepas dari subjek yang sedang belajar mengerti. Konstruktivisme adalah salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah konstruksi (bentukan) kita sendiri” (Ardianto, 2007: 154).

Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan, dengan demikian dunia muncul dalam pengalaman manusia secara terorganisasi dan bermakna, begitupun dengan fenomena *press*

conference yang tentu akan memiliki makna yang muncul dari proses kognitif masing-masing Staf Humas Perum Perhutani.

1.7.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut:

- a) Sumber data primer, yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama yaitu Ketua Seksi Humas dan Protokol Perum Perhutani, Ketua Seksi Humas Perum Perhutani dan para Staf Seksi Humas Perum Perhutani.
- b) Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.7.3. Teknik Pemilihan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan mengerti tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu Staf Divisi Humas yang melakukan kegiatan persiapan dalam pelaksanaan *Press conference*.

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Humas Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten dengan kriteria:

- a) Informan adalah KASI Humas dan Protokol dan KSS Humas Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan merupakan individu-individu yang berhubungan langsung dalam kegiatan kehumasan.
- b) Informan adalah Staf Divisi Humas Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten yang memiliki jam terbang minimal 2 Tahun. Peneliti menganggap bahwa dalam jangka waktu selama 2 tahun seseorang yang berkerja di bidang Humas sudah dapat memahami fungsi dan ruang lingkup kerja humas.
- c) Informan adalah Staf Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten yang paham atau ikut terlibat dalam persiapan dan pelaksanaan *press conference* yang sesuai dengan penelitian yang dikaji yaitu mengenai makna *press conference* bagi Staf Humas.

1.7.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk menghimpun data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena penelitian, fenomena ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diteliti

“*Karl Weick* mendefinisikan observasi sebagai pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang

berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris”(Rakhmat, 2007: 24).

Pengamatan langsung di lapangan akan diterapkan oleh peneliti dalam rangka untuk mendapatkan data dan fakta yang berkembang di lapangan. Peneliti mengamati kegiatan *public relations* dalam menerapkan *media relations*.

Peneliti menerapkan observasi partisipatori pasif, yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan dalam memperoleh informasi dan data yang diperlukan namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan *media relations* terutama dalam persiapan dan pelaksanaan *press conference*. Observasi partisipatori pasif menurut *Marshall* “*Mean the research is present at the scene of action but does not interact or participate*” (Sugiyono, 2011: 27).

Teknik observasi partisipatori pasif digunakan peneliti selain mengingat bahwa dalam persiapan dan pelaksanaan *press conference* di Perum Perhutani membutuhkan informasi-informasi yang jelas sesuai dengan tahapan regulasi yang ada dan biasanya di buat oleh pihak internal yaitu Seksi Humas Perum Perhutani, peneliti juga ingin mendapatkan data observasi yang alami dan sesungguhnya (*real*) sesuai objek penelitian yaitu Staf Seksi Humas Perum Perhutani.

b) Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi dua arah yang dilakukan biasanya oleh dua orang secara tatap muka langsung. Kegunaan dari teknik ini yaitu selain memperoleh data otentik, peneliti dapat menganalisis dan mengamati respon yang ditunjukkan informan, baik dari mimik wajah maupun *gesture* tubuh.

“Wawancara mendalam (*intensive/depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam” (Ardianto, 2010: 178).

Lincoln dan Guba dalam Sanipah Faisal, mengemukakan 7 langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu:

1. Menetapkan kepada siapa wawancara itu 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. Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan
7. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh (Sugiyono, 2011: 235)

Alasan yang mendasari penggunaan teknik wawancara mendalam yang dilakukan kepada Staf Seksi Humas Perum Perhutani, karena peneliti ingin memahami data secara otentik dan terbuka sehingga peneliti dapat menganalisa data dan informasi mengenai *press conference* secara tajam dengan referensi yang kaya.

c) Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan salah satu sumber pengumpulan data dimana sumber sekunder ini diperoleh dari beberapa dokumen, buku, surat kabar, internet dan dokumen-dokumen lain yang terkait penelitian, seperti *media relations* dan *press release*, sehingga peneliti dapat melakukan analisa lebih tajam dari berbagai data dan informasi yang diperoleh.

“Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu obyek penelitian yang lebih menekankan pada aspek materi, segala sesuatu yang hanya berhubungan dengan keterangan tentang suatu fakta yang ditemui peneliti di daerah penelitian”(Bungin, 2001: 123).

Peneliti mengacu pada buku-buku, dokumen-dokumen susunan acara maupun literatur yang berhubungan dengan penelitian terutama seperti konferensi pers atau *press conference*, sehingga dalam penelitian ini tidak hanya berdasarkan pandangan peneliti, melainkan diperkaya dengan adanya kontribusi dari buku-buku, dokumen-dokumen lain yang terkait penelitian.

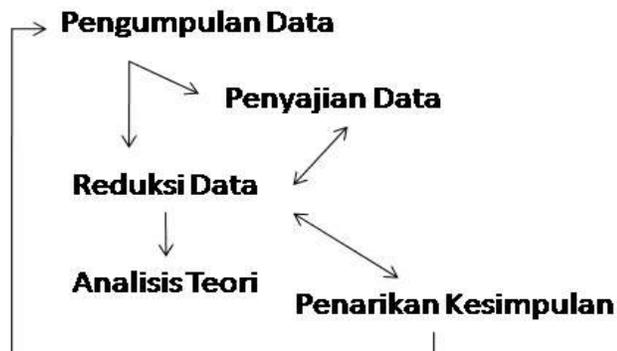
1.7.5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif, yaitu metode penelitian yang memiliki fokus kompleks dan luas bersifat subyektif dan menyeluruh.

Analisis data kualitatif dimulai dengan menganalisis berbagai data yang didapat penulis dari lapangan yaitu berupa kalimat-kalimat atau pernyataan-pernyataan, dokumen-dokumen maupun catatan. Data-data dikelompokkan oleh penulis ke beberapa kategori atau golongan yang sesuai.

"Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya 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" (Sugiyono, 2011:244).

Analisis data yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahapan yang dijelaskan Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2013: 335),:



Gambar 1.7.5

Model Analisis Interaktif

Miles dan Huberman

Sumber : Olahan Peneliti

- 1) Pengumpulan informasi melalui observasi langsung dilapangan.

Pengumpulan informasi dilakukan dengan cara wawancara mendalam terhadap informan yang *compatible* terhadap penelitian untuk menunjang penelitian yang dilakukan agar memperoleh data sesuai dengan apa yang diharapkan.

- 2) Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dari catatan-catatan yang di peroleh di lapangan.

Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan data, menelusuri temuan yang tersebar mengenai pola sosialisasi dari hasil wawancara dengan informan dan studi literatur, kemudian merumuskan memo sebagai dasar penyajian informasi data dan analisis selanjutnya. Analisis secara kualitatif terhadap hasil wawancara, kemudian dilakukan interpretasi secara mendalam mengenai hubungan antara teori dan fakta yang terjadi dan mengikutsertakan kutipan-kutipan (*direct quotations*) dari para narasumber.

3) Penyajian data adalah kegiatan mengumpulkan informasi dalam bentuk teks naratif atau grafik jaringan yang bertujuan mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi yang dipilih kemudian disajikan dalam bentuk uraian penjelasan.

Penyajian data dilakukan dengan cara menyusun sekumpulan informasi tentang *press conference* menjadi suatu pernyataan yang memungkinkan penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, yang pada mulanya terpecah dan terpisah menurut sumber informasi dan saat diperoleh informasi tersebut, kemudian diklasifikasikan menurut isu dan kebutuhan analisis.

4) Pada tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan.

Penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan dilapangan sehingga data-data teruji validitasnya.

Merujuk dari pemahaman di atas maka peneliti menganalisis data tersebut berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada Praktisi Humas yang digambarkan dalam kata-kata atau kalimat. Hasil wawancara mendalam dengan Praktisi Humas tidak akan ditambah atau dikurangi, akan tetapi dalam penjabarannya peneliti akan menggambarannya serta menafsirkannya berdasarkan logika ilmiah.

Tahapan penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan,

sedangkan tahap kesimpulan atau verifikasi merupakan makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya atau validitasnya.

1.7.6. Validasi Data

Teknik validasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data. Triangulasi menurut Patton dalam Moleong (2012:330) menjelaskan bahwa triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.

Peneliti melakukan validasi data menggunakan triangulasi teknik dalam Sugiyono (2011: 242), triangulasi teknik yaitu mengumpulkan data dengan menanyakan hal yang sama dengan teknik yang berbeda. Pengumpulan data dilakukan kepada informan yaitu Divisi Humas Perum Perhutani dengan melakukan wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi.

Peneliti juga melakukan validasi data menggunakan triangulasi dengan sumber, dalam Sugiyono (2011:242), teknik triangulasi sumber adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menanyakan hal yang sama melalui sumber yang berbeda, dalam penelitian ini dilakukan kepada :

- 1) Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.
 - a) KASI Humas dan Protokoler : Ade Sugiharto, S.Hut
 - b) KSS Humas : Rusmadi
 - c) Staf Ahli : Toni Suryadi

2) Staf Bagian Hubungan Masyarakat Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.

a) Staf Humas : Mamat Rahmat

3) Staf Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.

a) Wartawan Perum Perhutani : Didu

b) Staf Protokoler Perum Perhutani.

Teknik pemeriksaan keabsahan data dan sumber data dilakukan dengan membandingkan dengan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, yang dapat dicapai dengan :

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi;
- 3) Mengecek konsistensi dari apa yang orang katakan mengenai hal yang sama dalam waktu yang berbeda;
- 4) Membandingkan perspektif seseorang dari sudut pandang yang berbeda;
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

1.7.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.7.7.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih ialah Di Bagian Hubungan Masyarakat Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten, yang beralamat di

Jl. Soekarno Hatta No. 628 Bandung. Adapun rencana penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan. Berikut rancangan jadwal kegiatannya.

1.7.7.2. Jadwal Penelitian

Tabel 1.7.7.2

Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Desember 2015	Januari 2015	Maret 2016	April 2016	Mei 2016	Juli 2016	Agustus 2016	
1	Tahapan Pertama : Observasi lapangan dan Pengumpulan Data								
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian								
	Penyusunan Proposal Penelitian								
	Bimbingan Proposal Penelitian								
	Revisi Proposal Penelitian								
2	Tahap Kedua : Usulan Penelitian								
	Sidang Usulan Penelitian								
	Revisi Usulan Penelitian								
3	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi								
	Pelaksanaan Penelitian								
	Analisis dan Pengolahan Data								
	Penulisan Laporan								
	Bimbingan Skripsi								
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi								

	Bimbingan Akhir Skripsi							
	Sidang Skripsi							
	Revisi Skripsi							

Tabel 1.7.7.2

Sumber: Olahan Peneliti

