

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media Relations merupakan salah satu kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh praktisi Humas didalam sebuah lembaga atau organisasi, terkait menjalin hubungan baik dengan media guna menjaga dan meningkatkan nama baik serta citra lembaga atau perusahaan yang diwakilinya.

Media Relations juga dapat dikatakan sebagai alat untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai sebuah isu misalnya aktivitas sebuah lembaga atau organisasi tersebut melalui publikasi. Diharapkan pesan yang disebar luaskan oleh media dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas. *Media Relations* pada dasarnya berkenaan dengan memberikan informasi atau memberikan tanggapan mengenai isu dalam lembaga atau oraganisasi tersebut, dimana jika media tersebut telah menjalin hubungan dengan baik maka pemberitaan yang akan disampaikan oleh media kepada masyarakat luas pun akan baik.

Sebuah lembaga, baik itu lembaga independen atau lembaga pemerintah di Indonesia kini telah menyadari pentingnya media massa saat ini. Segala jenis informasi dan pemberitaan dapat dengan mudah disebar dan dicari oleh siapapun dalam waktu kapanpun dan dimanapun. Kini masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi secara serentak mulai dari kota-kota besar hingga ke pelosok nusantara. Fenomena seperti ini rupanya menjadi ajang bagi lembaga independen

maupun lembaga pemerintah untuk menampilkan diri kepada publik dengan memanfaatkan media massa. Tujuan utama dari media massa adalah sebagai sarana untuk melayani kebutuhan akan informasi kepada publik. Hal ini menjadikan media sebagai tempat menyalurkan berbagai pesan dan aspirasi rakyat. Mudah-mudahan masyarakat dalam mendapatkan informasi pun membuat masyarakat kini menjadi lebih kritis dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

Peran media berpengaruh terhadap pembentukan opini dan meningkatkan reputasi yang baik bagi sebuah lembaga atau organisasi dimata masyarakat luas, karena produk dari media berupa berita dikonsumsi langsung oleh masyarakat. Pemberitaan yang kurang baik akan membawa dampak yang kurang baik pula terhadap citra lembaga atau perusahaan, begitu pun pemberitaan yang baik akan membawa dampak yang baik juga terhadap citra lembaga atau perusahaan tersebut. Menjalin hubungan baik dengan media perlu dilakukan oleh praktisi Humas agar lembaga dan media tersebut memperoleh tujuan yang sama. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Yosol Iriantara ialah “*Media Relations* sebagai bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan public untuk mencapai tujuan organisasi” (Iriantara, 2011:32).

Hubungan yang baik tersebut perlu dibina, salah satu membinanya adalah dengan menjalankan kegiatan yang ada di dalam kegiatan *Media Relations*. Kegiatan

Media Relations itu diantaranya pelaksanaan *Press Conference*, menyediakan *Press Room*, melakukan kegiatan *Press Interview*, *Press Tour*, hingga *Press Gathering*.

Press Gathering adalah salah satu dari kegiatan *Media Relations* yang dilakukan oleh sebuah lembaga atau organisasi untuk menjalin hubungan yang baik dan harmonis dengan media. *Press Gathering* pun dapat dikatakan sebagai salah satu kegiatan komunikasi secara informal yang dilakukan oleh praktisi Humas dengan media yang bertujuan untuk mempererat hubungan dengan media dan menjalin relasi melalui pertemuan informal dengan tujuan yang sama yaitu pemberian informasi mengenai sesuatu hal yang dimana informasi tersebut nantinya akan di informasikan kembali kepada masyarakat luas melalui tayangan atau berita yang dimuat oleh media.

Kegiatan *Press Gathering* yang sedang di gelar oleh sebuah lembaga atau organisasi tersebut akan ada proses menjalin relasi dan menjalin hubungan baik dengan media, saat ini pelaku media yaitu wartawan memiliki peran penting dalam pembetulan opini sebuah lembaga atau perusahaan, sehingga citra positif lembaga atau perusahaan tersebut akan didapat. Saat pelaksanaan *Press Gathering*, media memiliki kesempatan yang banyak untuk berdialog, media dapat menanyakan atau mengklarifikasi isu terkait lembaga atau organisasi tersebut. Kegiatan *Press Gathering* diantaranya melaksanakan *outbound*, mengunjungi tempat-tempat bersejarah, pemberian materi dan lain sebagainya guna menjalin pendekatan emosional dengan

media. Salah satu lembaga yang menjalankan kegiatan *Press Gathering* dalam menjalin hubungan baik dengan media adalah Bank Indonesia.

Bank Indonesia merupakan Bank Sentral Republik Indonesia dan merupakan badan hukum serta lembaga negara yang independen dalam melakukan tugas dan wewenangnya bebas dari campur tangan Pemerintah atau pihak lain, kecuali untuk hal-hal tertentu yang secara tegas diatur dalam undang-undang. Bank Indonesia juga merupakan lembaga Negara yang mempunyai wewenang dalam hal, mengeluarkan alat pembayaran yang sah dari suatu Negara, merumuskan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, menjaga stabilitas sistem keuangan dan menjalankan fungsi sebagai "*lender of the last resort*".

Bank Indonesia dalam menjalankan kewenangannya dan agar berjalan dengan sebagai mana mestinya dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, kantor Bank Indonesia tersebar di seluruh kota-kota besar yang berada di Indonesia salah satunya di Provinsi Jawa Barat yang bertempat di Jl.Braga No. 108 Bandung. Fungsi dan kewenangannya sama sebagai Bank Sentral dan memberikan pelayan bagi masyarakat hanya segmentasinya yang berbeda, karena berada di provinsi Jawa Barat pelayanan kepada masyarakat pun terfokuskan kepada daerah yang berada di Jawa Barat. Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat untuk mempermudah menjalankan programnya dan menjaga reputasinya, yakni dengan menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternalnya, salah satu publik eksternal Bank Indonesia ialah media.

Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat juga merupakan salah satu lembaga yang menjalankan kegiatan *Press Gathering* dalam menjalin hubungan baik dengan media. Berdasarkan hasil pra observasi yang dilakukan oleh peneliti. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat telah menjalin hubungan baik dengan media, Terlihat dari kemudahan Bank Indonesia pada saat mempublikasikan sebuah berita melalui media dan berita yang di tayangkan oleh media tersebut mengenai berita positif terkait isu yang sedang berkembang atau menginformasikan sebuah kebijakan. Salah satu berita yang memperlihatkan bahwa media memuat berita positif tentang Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat adalah terkait kegiatan (PSBI) Program Sosial Bank Indonesia, media memuat banyak berita mengenai kegiatan tersebut, dengan demikian masyarakat luas dapat melihat Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat bersinergi dengan masyarakat dan memiliki banyak kegiatan untuk masyarakat sekitar khususnya yang berada di Jawa Barat.

Media yang meliput dan memuat berita mengenai Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat diantaranya ialah merdeka.com Bandung memuat berita mengenai Dukung warga gemar membaca, Bank Indonesia resmikan BI Corner, Jabar.co.id memuat berita mengenai BI selenggarakan kegiatan BI Mengajar, Pikiran Rakyat memuat berita mengenai Bank Indonesia Dorong Pemberdayaan Perempuan, nasional.republika.co.id memuat berita mengenai BI Jabar Salurkan Dokter ke Korban Banjir Bandang Garut, m.galamedianews.com memuat berita mengenai BI Bangun Fasilitas Bagi Korban Banjir Bandang Garut, dan lain sebagainya.

Bank Indonesia memiliki kegiatan *Media Relations* lebih dari satu kegiatan, antara lain pelaksanaan *Press Conference*, melakukan kegiatan *Press Tour* dan *Press Gathering*, dan menyediakan *Press Room*. Dari sekian banyak strategi *Media Relations* yang dilakukan oleh Humas Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat, peneliti tertarik untuk meneliti Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia melalui *Press Gathering*, dikarenakan kegiatan ini menarik dan dikemas secara berbeda. Evaluasi dari kegiatan ini pun dilakukan dengan cara melihat pemberitaan yang dikeluarkan oleh media mengenai Bank Indonesia setelah *Press Gathering* dilaksanakan.

Kegiatan *Press Gathering* di Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat terdiri dari program edukasi yaitu pemberian materi mengenai ke Bank Sentral, program pemberian informasi mengenai sebuah isu yang sedang hangat diperbincangkan yang berkaitan dengan Bank Indonesia, program kunjungan yaitu mengunjungi tempat-tempat binaan Bank Indonesia yang sesuai dengan tugas pokok Bank Indonesia dan tempat wisata untuk saling mengakrabkan diri antar wartawan serta program malam kebersamaan atau ramah tamah.

Press Gathering di Bank Indonesia diselenggarakan setahun sekali di awal tahun pada triwulan 2 sekitar bulan April - Juni dengan wartawan ekonomi sebagai pelaku media dan telah dilaksanakan kurang lebih selama 4 tahun. Media yang diundang oleh Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam kegiatan *Press Gathering*

yaitu media sekitar Jawa Barat meliputi Bandung, Garut, Sumedang, Purwakarta, Cianjur dan Sukabumi.

Sepertihalnya 26 hingga 28 Mei 2016 lalu, Bank Indonesia melakukan kegiatan *Press Gathering* melalui *Capacity Building* di Yogyakarta yang diikuti oleh 41 Wartawan media cetak, radio, televisi dan online yang berada di sekitar Jawa Barat. Dalam kegiatan *Press Gathering* tersebut wartawan ekonomi yang ikut serta diberikan pembekalan materi mengenai Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional (KKER), GNNT, Pengelolaan Uang Kas, UMKM dan kebijakan Pengendalian Inflasi Daerah, dan memberikan informasi mengenai pertumbuhan ekonomi Jawa Barat.

Selain itu, setelah pemberian dan pembekalan materi selesai di gelar, kegiatan *Press Gathering* dilanjutkan dengan kegiatan pendekatan emosional antara Bank Indonesia dan wartawan ekonomi selaku pelaku media, diantara lain menggelar kegiatan *outdoor* dengan mengunjungi kawah Gunung Merapi mengendarai jeep, kemudian dilanjutkan dengan kunjungan ke sentra pembuatan kaos Jogja dan kuliner ke pembuatan bakpia pathok serta kawasan Malioboro, sebagai bentuk dukungan terhadap kegiatan UMKM lokal dan di akhir kegiatan menggelar malam kebersamaan dengan wartawan ekonomi selaku pelaku media tersebut.

Pemaparan diatas, menarik peneliti untuk melakukan penelitian tentang Kegiatan *Media Relations* Humas Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering* dalam hal pengelolaanya, karena hingga saat ini pun

wartawan ekonomi yakni pelaku media yang telah menjalin hubungan baik dengan Bank Indonesia provinsi Jawa Barat aktif meliput dan memuat berita mengenai Bank Indonesia yang dapat meningkatkan reputasi Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui secara langsung dan mendalam mengenai sesuatu hal. Hal yang digambarkan pada konteks penelitian diatas mendasari keinginan peneliti untuk menggali dan mendeskripsikan Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering* secara mendalam yang dilakukan oleh Bank Indonesia tentunya untuk menjalin hubungan baik dengan media sehingga dapat meningkatkan dan menjaga citra lembaga tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian diatas, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu :

1. Bagaimana pemberian informasi sebagai bentuk *Press Gathering* yang dilakukan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media?
2. Bagaimana program kunjungan sebagai bentuk *Press Gathering* yang dilakukan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media?

3. Bagaimana program malam kebersamaan sebagai bentuk *Press Gathering* yang dilakukan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media?
4. Bagaimana proses *Four Step Public Relations* yang dilakukan Humas Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam menjalankan kegiatan *Press Gathering*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui metode deskriptif analisis dalam meneliti Kegiatan *Media Relations* Humas Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering* dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media. Tujuan penelitian ini meliputi :

1. Untuk mengetahui bagaimana pemberian informasi sebagai bentuk *Press Gathering* yang dilakukan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media.
2. Untuk mengetahui bagaimana program kunjungan sebagai bentuk *Press Gathering* yang dilakukan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media.
3. Untuk mengetahui bagaimana program malam kebersamaan sebagai bentuk *Press Gathering* yang dilakukan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media.
4. Untuk mengetahui bagaimana proses *Four Step Public Relations* yang dilakukan oleh Humas Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam kegiatan *Press Gathering*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi yang faktual bagi perkembangan Ilmu Komunikasi yang didasarkan pada metode studi deskripsi sehingga dapat mendeskripsikan mengenai langkah-langkah melakukan Kegiatan *Media Relations* melalui kegiatan *Press Gathering* sebagai salah satu upaya menjalin hubungan baik dengan media. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi tentang Kegiatan *Media Relations* yang berbasis pada metode Deskriptif Kualitatif.

1. Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan

Memberikan kontribusi, pengertian, dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya *Media Relations* berfokus pada Kegiatan *Media Relations* melalui kegiatan *Press Gathering* dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi kegiatan *Media Relations*, dan mengetahui penerapan metode deskriptif kualitatif dalam kegiatan *Press Gathering* yang dilakukan oleh humas, sehingga menghasilkan tujuan penyampaian kegiatan *Media Relations* bagi staf dan karyawan perusahaan.

2. Kegunaan Penelitian bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memahami, mengenal serta menerapkan secara aplikatif teori dan konsep *Public Relations* berfokus pada Kegiatan *Media Relations*

dan meningkatkan keterampilan dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media melalui kegiatan *Press Gathering*.

3. Kegunaan Penelitian bagi Penulis

Penulis mendapatkan pengalaman sehingga penulis dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktek serta penerapan Kegiatan *Media Relations* melalui kegiatan *Press Gathering* di lapangan dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Penelitian Bagi Lembaga

Penerapan konsep Kegiatan *Media Relations* melalui kegiatan *Press Gathering* diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya peranan Humas untuk menjalin hubungan baik dengan media.

2. Kegunaan Penelitian Bagi Karyawan dan Pimpinan

Aplikasi yang diterapkan oleh Praktisi Humas di lapangan diharapkan dapat meningkatkan dan memperhatikan konsep Kegiatan *Media Relations* melalui kegiatan *Press Gathering* dengan memperhatikan langkah-langkah berkomunikasi dan upaya menjalin hubungan baik dengan media.

3. Kegunaan Penelitian bagi Pembaca/ Masyarakat Luas

Memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang Kegiatan *Media Relations* melalui kegiatan *Press Gathering*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui pentingnya menjalin hubungan baik dengan media.

3.2 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 dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki ketertkaitan 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 Wahid Faisal Hakim, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2013. Penelitian ini berjudul *Public Relations dan Media Relations Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Media Relations Sebagai Upaya*

Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *Media Relations* dan *Public Relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* Hotel Ibis Solo dalam meningkatkan Citra nya ialah *good will*, *trust*, dan keterbukaan. Dan bentuk *Media Relations* yang dilakukan hotel Ibis solo meliputi *press release*, *media gathering*, *press conference*, *media visit*. Serta pendekatan *media relations* yang diterapkan PR hotel Ibis yaitu senantiasa menjalin hubungan kedekatan personal dengan insan media terutama para wartawan, yakni melalui telepon atau pun sms, dan menggunakan jejaring sosial *facebook* atau pun *whatsapp*, serta menjalin hubungan secara terus-menerus dan berkelanjutan, selain itu juga memberikan kemudahan dan keterbukaan akan informasi dalam setiap peliputan serta menyediakan fasilitas bagi rekan media.

Perbedaan penelitian Wahid Faisal Hakim terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, Penelitian Wahid Faisal Hakim bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *Public Relations* dan *Media Relations* Hotel Ibis Solo secara menyeluruh, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering*.

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 realitaas 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 digunakan, penelitian Ittaqa Putri Diana Soedarso menggunakan pendekatan studi kasus dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan Humas *Gathering* sebagai program *Government Relations* bagi staf Humas Pikiran Rakyat, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan dekriftif untuk mengetahui Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Rahmadhan Anasrezza Feby, mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2016. Penelitian ini berjudul Makna *Press Conference* bgai Staff Humas. Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi pada staf Humas Perum Perhutani Divisi Ragonal Jawa Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif dan pengalaman dari kegiatan *Press Conference* yang dilakukan Perum Perhutani Ragions Jawa Barat ini beragam dan pemahaman staf seksi Humas Perum perhutani mengenai *Press Conference* pun sangat beragam serta pemaknaan proses komunikasi dalam kegiatan *Press Conference* bagi staff seksi Humas Perum Perhutani berbeda-beda sesuai dengan pengetahuan dan pengalam masing-masing.

Perbedaan penelitian Rahmadhan Anasrezza Feby terdapat pada tujuan yang digunakan, penelitian Rahmadhan Anasrezza Feby bertujuan untuk mengetahui makna *Press Conference* bagi staf Humas, sedangkan pada peneliti ini bertujuan untuk mengetahui Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering*.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Windry Prasetyarini, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul *Media Relations* pada *Special Events* di Televisi yakni dalam program Clas Karnaval SCTV 17 Th. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Public Relations Officer* di SCTV melaksanakan Clas Karnaval sebagai flag perusahaan, *Special Event* untuk mendekatkan SCTV dengan pemirsa, memperluas pangsa pasar, mempererat *costumer loyalty* SCTV dan mempromosikan SCTV serta sebagai *Coroporate Event* untuk meningkatkan *public awareness* terhadap SCTV. Clas Karnaval SCTV 17 Th

mempunyai enam kegiatan, yaitu Karnaval Konser 17, Flexi Hip Hip Hura, Games, Bazaar, Flexi Jalan Sehat dan Donor Darah Karnaval.

Public Relations Officers di SCTV dalam melaksanakan *media relations* dalam clas karnaval SCTV 17 Th sebagai bagian dari sinergi SCTV untuk memperluas persentasi dalam rangka meningkatkan *awareness* publik dalam *Clas Karnaval SCTV 17 Th*. *Media relations* dalam Clas Karnaval SCTV 17 Th diaplikasikan dalam enam kegiatan, yaitu pengiriman siaran pers, penyelenggaraan *press conference*, wawancara, *press briefing on locations*, dan kliping berita.

Perbedaan penelitian Windry Prasetyarini terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, penelitian Windry Prasetyarini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dan mengapa *Public Relations Officers* di SCTV melaksanakan Clas Karnaval 17 Th dan bagaimana dan mengapa *Public Relations Officer* di SCTV melaksanakan kegiatan *media relations* dalam Clss Karnaval SCTV 17 Th, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering*.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Deviana Kurniawati , mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Penganugerahan Adam Malik Award sebagai *Media Relations* Departemen Luar Negeri Republik Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interaksi simbolik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan makna penganugerahan Adam Malik Award antara lembaga dengan wartawan. Departemen Luar Negeri menganugerahkan Adam Malik Award semata-mata sebagai wujud apresiasi bagi media massa sementara wartawan menilai penganugerahan Adam Malik Award sebagai sebuah bentuk komunikasi.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah Adam Malik Award telah memperlihatkan jati diri dan merefleksikan keseriusan Departemen Luar Negeri RI dalam mengapresiasi media massa, dan wartawan menganggap Adam Malik Award telah memotivasi mereka untuk meningkatkan profesionalismenya.

Perbedaan penelitian Deviana Kurniawati terdapat pada pendekatan penelitian yang digunakan, penelitian Deviana Kurniawati menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interaksi simbolik, sedangkan pada penelitian ini mengenai Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering* menggunakan metode studi kasus melalui pendekatan deskriptif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian yang dilaksanakan	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
Wahid Faisal	<i>Public Relations</i>	Kualitatif Dekriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa	Penelitian terdahulu ini	Perbedaan penelitian Wahid Faisal Hakim

Hakim 2013	dan <i>Media Relations</i> Studi Deskriptif Kualitatif Strategi <i>Media Relations</i> Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo		pendekatan <i>media relations</i> yang diterapkan PR hotel Ibis yaitu senantiasa menjalin hubungan kedekatan personal dengan insan media terutama para wartawan, yakni melalui telepon atau pun sms, dan menggunakan jejaring sosial <i>facebook</i> atau pun <i>whatapp</i> , serta menjalin hubungan secara terus-menerus dan berkelanjutan, selain itu juga memberikan kemudahan dan keterbukaan akan informasi dalam setiap peliputan serta menyediakan fasilitas bagi rekan media.	memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Kegiatan <i>Media Relations</i> melalui <i>Press Gathering</i> dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media.	terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, Penelitian Wahid Faisal Hakim bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan Public Relations dan <i>Media Relations</i> Hotel Ibis Solo secara menyeluruh, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kegiatan <i>Media Relations</i> Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui <i>Press Gathering</i>
Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso 2012	Pemaknaan kegiatan Humas <i>Gathering</i> di Pikiran Rakyat.	Kualitatif Studi Kasus	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan Humas <i>Gathering</i> sebagai program <i>government relations</i> 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-	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Kegiatan <i>Media Relations</i> melalui <i>Press Gathering</i> dalam upaya menjalin hubungan	Perbedaan penelitian Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso terdapat pada tujuan penelitian dan pendekatan penelitian yang digunakan, penelitian Ittaqa Putri Diana Soedarso menggunakan pendekatan studi kasus dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan Humas <i>Gathering</i> sebagai program <i>Government</i>

			Jawa Barat. Penelitian ini menemukan fakta bahwa Humas <i>Gathering</i> Pikiran Rakyat memuat Lobi, strategi Komunikasi, dan strategi Komunikasi Bisnis	baik dengan media..	<i>Relations</i> bagi staf Humas Pikiran Rakyat, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan dekriftif untuk mengetahui Kegiatan <i>Media Relations</i> Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui <i>Press Gathering</i>
Rahmadhan Anasrezza Feby 2016	Makna <i>Press Conference</i> bgai Staff Humas	Kualitatif Studi Fenomenologi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif dan pengalaman dari kegiatan Press Conference yang dilakukan Perum Perhutani Ragions Jawa Barat ini beragam dan pemahaman staf seksi Humas Perum perhutani mengenai Press Conference pun sangat beragam serta pemaknaan proses komunikasi dalam kegiatan Press Conference bagi staff seksi Humas Perum Perhutani berbeda-beda sesuai dengan pengetahuan dan pengalam masing-masing.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Kegiatan <i>Media Relations</i> melalui <i>Press Gathering</i> dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media.	Perbedaan penelitian Rahmadhan Anasrezza Feby terdapat pada tujuan yang digunakan, penelitian Rahmadhan Anasrezza Feby bertujuan untuk mengetahui makna Press Conference bagi staf Humas, sedangkan pada peneliti ini bertujuan untuk mengetahui Kegiatan <i>Media Relations</i> Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui <i>Press Gathering</i>
Windry Prasetyarini 2012	<i>Media Relations</i> pada <i>Special Events</i> di	Kualitatif Studi Kasus	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Public Relations Officer di SCTV	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi	Perbedaan penelitian Windry Prasetyarini terdapat pada tujuan penelitian yang

	<p>Televisi yakni dalam acara Clas Karnaval SCTV 17 Th.</p>	<p>melaksanakan Clas Karnaval sebagai flag perusahaan, Special Event untuk mendekatkan SCTV dengan pemirsa, memperluas pangsa pasar, mempererat costumer loyalty SCTV dan mempromosikan SCTV serta sebagai Coroporate Event untuk meningkatkan public awareness terhadap SCTV. Clas Karnaval SCTV 17 Th mempunyai enam kegiatan, yaitu Karnaval Konser 17, Flexi Hip Hip Hura, Games, Bazzar, Flexi Jalan Sehat dan Donor Darah Karnaval. Public Relations Officers di SCTV dalam melaksanakan media relations dalam clas karnaval SCTV 17 Th sebagai bagian dari sinergi SCTV untuk memperluas persentasi dalam rangka meningkatkan awareness publik dalam Clas Karnaval SCTV 17 Th. Media relations dalam Clas Karnaval SCTV 17 Th diaplasikan dalam enam kegiatan,</p>	<p>pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Kegiatan <i>Media Relations</i> melalui <i>Press Gathering</i> dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media.</p>	<p>digunakan, penelitian Windry Prasetyarini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dan mengapa Public Relations Officers di SCTV melaksanakan Clas Karnaval 17 Th dan bagaimana dan mengapa Public Relations Officer di SCTV melaksanakan kegiatan media relations dalam Clss Karnaval SCTV 17 Th, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kegiatan Media Relations Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui Press Gathering.</p>
--	---	---	---	---

			yaitu pengiriman siaran pers, penyelenggaraan press conference, wawancara, press briefing on locations, dan kliping berita.		
Deviana Kurniawati 2012	Penganugerahan Adam Malik Award sebagai <i>Media Relations</i> Departemen Luar Negeri Republik Indonesia	Kualitatif Interaksi Simbolik	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan makna penganugerahan Adam Malik Award antara lembaga dengan wartawan. Departemen Luar Negeri menganugerahkan Adam Malik Award semata-mata sebagai wujud apresiasi bagi media massa sementara wartawan menilai penganugerahan Adam Malik Award sebagai sebuah bentuk komunikasi.</p> <p>Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah Adam Malik Award telah memperlihatkan jati diri dan merefleksikan keseriusan Departemen Luar Negeri RI dalam mengapresiasi media massa, dan wartawan menganggap Adam Malik Award telah</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Kegiatan <i>Media Relations</i> melalui <i>Press Gathering</i> dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media.</p>	<p>Perbedaan peneliatian Deviana Kurniawati terdapat pada pendekatan penelitian yang digunakan, penelitian Deviana Kurniawati menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interaksi simbolik, sedangkan pada penelitian ini mengenai Kegiatan <i>Media Relations Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat</i> melalui <i>Press Gathering</i> menggunakan metode deksriptif dengan pendekatan studi kasus.</p>

			memotivasi mereka untuk meningkatkan profesionalismenya.		
--	--	--	--	--	--

Sumber :
Hasil Olahan Peneliti

1.5.2 Landasan Pemikiran

Pemikiran 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 memang indetik dengan memiliki banyaknya relasi demi meningkatkan reputasi bagi lembaga atau perusahaanya terkait sebuah isu serta terjalinnya hubungan yang baik dengan publiknya, salah satunya dengan media. Karena jika dikaji lebih lanjut, praktisi Humas ialah ujung tombak sebuah lembaga atau perusahaan, yang akan memberikan informasi-informasi kepada media terkait lembaga atau perusahaan yang diwakilinya. Dengan demikian, diperlukan kegiatan yang tepat yang dilakukan oleh praktisi Humas untuk menjali hubungan yang baik dengan media, agar media tetap menjaga reputasi lembaga atau perusahaan tersebut dengan memuat berita yang positif.

Kegiatan *Media Relations* merupakan sebuah strategi yang dilakukan oleh Humas di sebuah lembaga atau perusahaan guna menjalin relasi dan meningkatkan reputasi untuk mencapai tujuan bersama lembaga atau perusahaan yang diwakilinya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan konsep *four step Public Relations*. Studi kasus digunakan sebagai penompang permasalahan yang diangkat mengenai Kegiatan *Media Relations* melalui *Press Gathering*.

1). *Four Step Public Relations*

Dalam melaksanakan kegiatan *Public Relations* atau kehumasan, seorang praktisi Humas diharuskan memahami teori perencanaan dalam melaksanakan kegiatan tersebut demi menunjang keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.

Adapun seperti dikatakan *Cultip* dan *Center* (dalam Kasali dan Abdurachman) proses *Public Relations* sepenuhnya mengacu pendekatan manajerial, bahwa *Public Relations* adalah kegiatan dimana proses kegiatannya melalui 4 tahap, yakni :

1. *Fact Finding* (Pengumpulan Data)
Yaitu sebuah proses untuk mengenali dan mendefinisikan masalah yang dihadapi oleh organisasi sebagai dasar acuan untuk penyusunan langkah selanjutnya bagi *Public Relations* sebagai masukan kebijakan bagi pihak manajemen.
2. *Planning and Programming* (Perencanaan)
Perencanaan merupakan segala informasi atau data masukan atau input yang diperoleh berkaitan dengan hal atau permasalahan yang dihadapi ke dalam bentuk rencana tindakan atau pemecahannya. Perencanaan *Public Relations* merupakan suatu proses berkesinambungan dan selalu memerlukan peninjauan agar tindakan yang diambil sesuai dengan aturan yang ditetapkan.
3. *Action and Communicating* (Pelaksanaan Program)
Pelaksanaan program merupakan tahap dimana rencana program yang telah ditetapkan dilaksanakan atau diimplementasikan ke dalam suatu bentuk program aksi sebagai langkah nyata pemecahan masalah *Public Relations* yang dihadapi. Setelah mengumpulkan fakta dan menetapkan rencana.

4. *Evaluating* (Evaluasi/Penilaian)

Merupakan suatu tahapan yang dilaksanakan untuk menentukan atau memperlihatkan nilai suatu program termasuk pengelolaan maupun hasil atau dampak pelaksanaannya. Melalui evaluasi, *Public Relations* akan mengetahui faktor-faktor yang menjadi kegagalan ataupun keberhasilan suatu program, sehingga dapat ditentukan langkah-langkah selanjutnya yang seharusnya dilakukan. (abdurachman, 2001 :31),

Suatu kegiatan dapat dikatakan berjalan dengan lancar atau tidak, dapat dilihat dari konsep perencanaan sebelum kegiatan tersebut dilaksanakan, apakah sesuai dengan rancangan sebelumnya atau tidak, dan diadakannya evaluasi untuk melihat dan menilai apa yang telah dihasilkan dalam kegiatan yang telah dilakukan tersebut.

Proses *Public Relations* dalam prakteknya berlangsung secara berkesinambungan, sehingga tidak tampak kapan dimulainya perencanaan, kapan dimulainya penilaian, sebab sebelum penilaian berakhir telah dimulai pula dengan penelitian untuk mencari fakta. Tidak jarang terjadi perubahan suatu program yang telah direncanakan, dan memang setiap program dalam tahap perencanaan fleksibel, tidak kaku demi kelancaran kegiatan yang dilakukan.

2.) *Media Relations*

Media Relations merupakan salah satu bagian dari fungsi eksternal yang dijadikan sebagai sarana Humas untuk menjalin hubungan baik dengan publik eksternal sebuah lembaga atau perusahaan yang diwakilinya. Media yang berisi wartawan dan para pelaku komunikasi massa lainnya dapat menjadi bagian langsung yang dibina hubungan baiknya oleh humas guna mendapatkan pemberitaan yang baik untuk lembaga atau organisasi tersebut sebagaimana ungkapan Yosol Iriantara bahwa

“*Media Relations* sebagai bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan public untuk mencapai tujuan organisasi” (Iriantara, 2011:32).

Media Relations juga merupakan sarana lembaga atau organisasi untuk saling mengenal dengan publiknya, sehingga *Media Relations* dapat menjadi penghubung informasi yang dibutuhkan publik mengenai lembaga atau organisasi dan begitupun sebaliknya. *Media Relations* dilakukan guna memaksimalkan peran media sebagai sumber informasi public terkait dengan informasi-informasi yang diberikan humas, dalam hal ini informasi yang didapat media akan disebar luaskan kembali kepada masyarakat luas. Humas sebuah lembaga atau organisasi menjadikan *Media Relations* sebagai bagian dalam upaya mendapatkan publisitas sebagai peran *Media Relations* yang diungkapkan Jefkins, 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 sebuah lembaga atau organisasi yang independen, *Media Relations* menjadi bagian yang penting dalam membangun keterbukaan informasi untuk menjalankan fungsi humas sebagai pemberi informasi. Terlebih dalam lembaga independen yang dibawah naungan pemerintah guna untuk publisitas diri dan meberikan informasi mengenai program yang dilakukan lembaga tersebut kepada masyarakat, maka *Media Relations* akan membangun pemenuhan kebutuhan

informasi public sebagaimana diungkapkan Cultip yaitu “Tradisi demokrasi masyarakat agar agen pemerintah Negara dapat diakses oleh media berita, dan karenanya hubungan media adalah fungsi dasar dari petugas humas. Sifat dari program pemerintah sangat penting dan karenanya minat media juga sangat tinggi” Cultip et, al. (2007:487).

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 pemberitahuan 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 Praktisi Humas.

Media memiliki cara tersendiri 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 baik sebagaimana dijelaskan Wardhani mengenai tujuan *Media Relations* antara lain :

“1) Untuk memperoleh publistias seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga/organisasi yang haik untuk diketahui umum. 2) Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, ulasam, tajuk yang wajar, objektif dan seimbang/*balance*) mengenai hal-hal yang

menguntungkan lembaga/organisasi. 3) Untuk memperoleh unpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembaga/organisasi. 4) Untuk melengkapi data/informasi bagi pimpinan lembaga/organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian (*assessment*) 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”. (Wardhani, 2008:13)

Tujuan *Media Relations* tersebut menunjukkan peran penting *Media Relations* untuk meningkatkan dan menjaga nama lembaga atau organisasi dan juga menerapkan kebijakan publik. Humas sebuah lembaga atau organisasi yang independe maupun dibawah naungan pemerintahan menjadikan tujuan *Media Relations* sebagai bagian dalam tujuannya mendapatkan pemahaman publik melalui bantuan informasi-informasi yang diberikan media. Sifat hubungan baik yang dibangun 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 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 akurat dimana saja dan kapan saja. 3) Menyediakan salinan yang baik, yakni humas harus dapat menyediakan salinan informasi yang baik, menarik dan jelas. 4) Bekerja sama dalam penyediaan materi, humas dan pers akan bekerja sama mempersiapkan kebutuhan informasi. 5) Menyediakan fasilitas verifikasi, yakni humas perlu memberikan sarana verifikasi (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”. (Jefkins, 2004:101)

Prinsip-prinsip dalam melaksanakan *Media Relations* yang diungkapkan Jefkins di atas menjadi salah satu dasar pemahaman peneliti untuk 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 Lembaga Independen yang utamanya dilakukan dengan menyajikan berbagai dasar dalam membuat kegiatan-kegiatan *Media Relations*. Prinsip *Media Relations* ini dapat memberikan gambaran jelas mengenai cara Humas Lembaga Independen melaksanakan *Media Relations* sehingga prinsip-prinsip tersebut mewakili keseluruhan konsep utama *Media Relations* sebagai cara dalam membangun hubungan baik.

3.) *Press Gathering*

Dalam menjalin hubungan baik dengan pelaku media, Humas sebuah lembaga atau perusahaan melakukan strategi *Media Relations* misalnya mengundang pelaku media dalam hal ini wartawan pada pertemuan secara formal ataupun informal untuk menjalin kedekatan dengan media.

Untuk menjalankan prinsip umum dalam membina hubungan baik dengan media, terdapat kegiatan-kegiatan yang dapat menunjang jalannya prinsip umum tersebut. Beberapa ahli menyebutkan tentang apa saja bentuk kegiatan tersebut. Salah satunya adalah Diah Wardani dalam bukunya yang berjudul *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, menyebutkan bahwa aktifitas *Media Relations*

pada umumnya dijalankan oleh Departemen *Public Relations* dan bentuk-bentuk kegiatannya adalah :

1. Pengiriman Siaran Pers
2. Menyelenggarakan Konferensi Pers
3. Menyelenggarakan Media *Gathering*
4. Menyelenggarakan Perjalanan Pers
5. Menyelenggarakan Special Event
6. Menyelenggarakan Wawancara Khusus
7. Menjadi Narasumber Media

Tidak jauh berbeda, seperti yang di ungkapkan Ruslan kerjasama dengan pihak media tersebut biasanya diwujudkan melalui dua cara (2007: 186-193), yaitu :

1. Kontak secara formal, mengadakan acara khusus yang sengaja dirancang sebelumnya dimana media diundang secara resmi, dengan menetapkan tema dan tujuannya yang hendak dicapai. Berikut kegiatan *Media Relations* dengan kontak secara formal :

- a. Konferensi Pers (*Press Conference*)

Merupakan suatu pertemuan khusus dengan pihak media yang bersifat resmi atau sengaja diselenggarakan oleh *Public Relations* dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang tengah dihadapi suatu perusahaan. Maksud diselenggarakan acara tersebut adalah untuk memberikan informasi, berita publikasi dan promosi atau aktivitas *Public Relations* yang dianggap penting untuk diketahui secara luas oleh publik sasaran, menjelaskan peristiwa yang mungkin atau telah terjadi dan meluruskan atau membantah tentang suatu pemberitaan negatif.

b. Wisata Pers (*Press Tour*)

Perusahaan mengajak wartawan dari sejumlah media yang telah dikenal baik oleh perusahaan untuk berwisata kunjungan ke suatu *event* khusus, atau peninjauan keluar kota bersama dengan pejabat instansi atau pimpinan perusahaan sebagai tuan rumah secara lebih dari satu hari.

c. Taklimat Pers (*Press Briefing*)

Acara ini termasuk bentuk jumpa pers resmi yang diselenggarakan secara periodik. Biasanya pada awal atau akhir bulan/tahun oleh pihak Humas atau Pimpinan Perusahaan dan pejabat tinggi instansi.

Pertemuan ini diadakan mirip dengan suatu diskusi atau berdialog, saling memberikan masukan atau informasi cukup penting bagi kedua belah pihak.

Disamping itu, pihak pers akan diberikan kesempatan untuk menggali seluas-luasnya mengenai suatu informasi, masalah yang sedang actual dan factual kemudian diharapkan wartawan mempunyai pengetahuan lebih baik, misalnya tentang akan diterbitkan suatu peraturan, UU, atau kebijakan baru oleh pemerintah dimasa mendatang. Jadi, sebelum kebijakan itu diresmikan, maka wartawan bersangkutan secara teknis diberikan *briefing* (taklimat pers) terlebih dahulu oleh pejabat yang berwenang, agar pemberitaanya di media massa tidak terjadi salah kutip, atau menghindari terjadinya berita-berita yang tidak akurat, baik mengenai jumlah, angka, istilah-istilah teknis, dan nama perusahaan atau menyebutkan identitas tokoh personal dan sebagainya.

d. Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering*

Bertujuan untuk mengikat hubungan tali silaturahmi dengan mengadakan jamuan wartawan yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal. Namun ada juga lebih ke acara olah raga, kumpul bersama dalam acara ulang tahun perusahaan, Tahun Baru, dan Natal bersama. Hal tersebut juga membuka kesempatan para wartawan untuk bertemu dengan petinggi perusahaan.

2. Kotak Informal

a. Keterangan Pers (*Press Statement*)

Dapat dilakukan kapan dan dimana saja oleh narasumber tanpa harus adanya undangan resmi, dimana dilakukan oleh pihak eksklusif untuk menjelaskan atau memberikan argumentasi tertentu pada pers.

b. Wawancara pers (*Press Interview*)

Narasumber atau orang yang diwawancara yang dimintai pendapat, komentar, keterangan, dan sebagainya tentang suatu masalah yang tengah actual dan factual di masyarakat. Biasanya inisiatif wawancara datang dari pihak media.

c. Pertemuan Pers Gathering (Jamuan Pers Secara Informal)

Yaitu pertemuan pers secara informal untuk menjalin hubungan baik antara pihak *Public Relations* dan media dimana bentuk kontak ini lebih menekankan pendekatan pribadi ke pribadi (*personal to personal approach*).

Maksud hubungan ini adalah untuk saling mengenal, saling mendukung dan saling menghormati profesi satu sama lain, sebagai mitra kerja yang positif.

Dalam bukunya *Dasar-dasar Public Relations* Soemirat & Ardianto mengungkapkan tujuan dari *Press Gathering* sebagai berikut :

1. Menyebarkan informasi positif kepada publik (masyarakat luas) tentang perusahaan, seperti penandatanganan kerjasama, ekspor perdana, pergantian direksi, publik ekpose (*go public* –nya perusahaan dan lainnya)
2. Menetralisir atau menambah berita yang tidak benar atau negat tentang perusahaan, manajemen, karyawan, produk/jasa dan lainnya.
3. Meningkatkan image (citra) yang dapat menunjang pemasaran dan penjualan suatu produk/jasa seperti pengenalan produk baru, ekspansi ekspor, produksi, prestasi perusahaan dan lainnya.
4. Membina hubungan secara langsung dengan pers.

1.6 Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat yang beralamat di Jalan Braga No. 108 Bandung, Bank Indonesia ialah sebuah lembaga independen namun tetap berada dalam pengawasan pemerintah.

1.6.2 Paradigma Konstruktivistik

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivistik ialah paradig dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat

relatif. Paradigma konstruktivistik ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutic. Paradigm konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigm positivis. Menurut paradigm konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang bias dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog *interpretative*, Peter L.Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bias disebut berada diantara teori fakta sosial dan definisi sosial (Eriyanto 2004:13).

Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusi secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mere, baik itu melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku menurut Weber, menerangkan bahwa substansi bentuk kehidupan di masyarakat tidak hanya dilihat dari penilaian objektif saja, melainkan dilihat dari tindakan perorang yang timbul dari alasan-alasan subjektif. Weber juga melihat bahwa tiap individu akan memberikan pengaruh dalam masyarakatnya.

Paradigma konstruktivis dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolis dan perspektif strukturan fungsional. Perspektif interkasi simbolis ini mengatakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respons terhdap stimulus dalam

dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Realitas itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.

1.6.3 Pendekatan Kualitatif

Dalam penelitian ini pun, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, Pendekatan Kualitatif, yakni menggali data tentang Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering*. Data yang terkumpul diklasifikasikan dan ditafsirkan isinya secara aplikatif sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2010:1) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses komunikasi informal yang berlangsung serta gaya kepemimpinan yang diterapkan.

John Creswell (1998:15) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai sebuah penelitian yang mengeksplorasi masalah sosial dan manusia, peneliti membangun sebuah gambaran yang kompleks dan menyeluruh, menganalisis kata-kata, melaporkan secara detail pandangan informan dan melakukannya dalam sebuah *setting* penelitian yang naturalistik.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan fakta lapangan dengan wawancara mendalam dan observasi lapangan.

Wawancara dan observasi lapangan digunakan oleh peneliti karena peneliti ingin mengetahui seperti apa Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering*.

1.6.4 Metode Studi Deskriptif

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana deskriptif ini mencoba memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak mencoba mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Jalaludin, 199:24). Format desain penelitian kualitatif terdiri dari tiga model, yaitu *format deskriptif*, *format verifikasi*, dan *format grounded research*. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat, 1993:89). Lebih lanjut, metode deskriptif ditujukan untuk :

1. Mengumpulkan Informasi actual secara rinci untuk melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat pertandingan atau evaluasi.

4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti merupakan masalah yang bersifat sosial dan dinamis. Oleh karena itu, peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menemukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian tersebut. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang berlaku saat ini. Didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan yang ada.

Bahwasanya penelitian deskriptif kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata sekarang yang sementara sedang berlangsung. Pada hakikatnya penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki (Cevilla: 1993:73). Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat, 1993 :89).

Gambaran atau hal yang akan di deskripsikan dalam penelitian ini ialah mengenai Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering* dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media.

1.6.5 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma konstruktivistik yang melahirkan metode penelitian Studi Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif, dengan begitu jenis data yang digunakan adalah data deskriptif hasil wawancara dengan narasumber/informan.

Jenis data yang digunakan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian yaitu :

1. Data mengenai kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat.
2. Data mengenai proses Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering* sebagai upaya menjalin hubungan baik dengan media.

1.6.6 Sumber Data

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

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek dan hasil observasi. Data primer menurut

Umar (2003:56) merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Narasumber yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama pada penelitian ini yaitu Manajer Humas Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, Asisten Manager Humas Provinsi Jawa Barat, dan Staf Humas Provinsi Jawa Barat atau Pegawai Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat yang pernah terlibat dalam pelaksanaan kegiatan *Press Gathering* tersebut.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder menurut Sugiyono (2005:62) data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya peneliti harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini berupa litelatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.6.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1). Observasi Partisipatori Pasif

Observasi partisipatori pasif merupakan observasi yang dilakukan dengan cara peneliti terjun langsung kelapangan untuk mengamati bagaimana proses Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering* yang dilakukan oleh Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, agar mendapatkan data-data

yang dibutuhkan untuk penelitian ini, namun peneliti menjadi pelaku pasif artinya peneliti tidak memainkan peran apapun dalam kegiatan tersebut.

Marshal dalam Sugiyono (2011:64) mengatakan “*through observation, the resercher behavior and the meaning attached to these behavior*”, dapat diartikan melalui observasi peneliti dapat mempelajari tentang perilaku dan makna yang menjadi alasan pada perilaku-perilaku tersebut.

Metode ini dilakukan oleh peneliti untuk melihat dan mengamati secara langsung keadaan di lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti. Peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan melihat bagaimana bagaimana proses Kegiatan *Media Relations* melalui *Press Gathering* yang dilakukan oleh Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat tersebut.

2). Wawancara

Esterberg dalam Sugiyono (2011:72) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga mendapatkan sebuah makna dalam topik tertentu. Wawancara dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam mengenai partisipan, yang dimana hal ini tidak ditemukan melalui observasi.

“Wawancara (*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).

Tujuan dari wawancara ini untuk menemukan permasalahan yang lebih terbuka, dimana pihak yang diajak diminta pendapat dan idenya. Wawancara mendalam dilakukan untuk memverifikasi keabsahan data. Wawancara yang

dilakukan peneliti berdasarkan Nasution (2003:60) bertujuan untuk mengetahui apa yang terkandung dalam pikiran dan hati orang lain, bagaimana pandangannya, serta hal-hal lain yang tidak didapatkan peneliti pada saat observasi.

1.6.8 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu metode penelitian fokus kompleks dan luas bersifat subjektif dan menyeluruh.

“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).

Peneliti menganalisis data tersebut berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada Manajer Humas Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat yang dituangkan kedalam sebuah tulisan. Hasil wawancara mendalam dengan Manajer Humas ini tidak akan ditambah atau dikurangi, akan tetapi dalam penjabarannya peneliti akan menggambarannya serta menafsirkannya berdasarkan hasil analisis peneliti.

Analisa data kualitatif dimulai dengan menganalisa berbagai data yang didapat peneliti dari lapangan yaitu berupa kalimat-kalimat atau pernyataan-pernyataan serta dokumen-dokumen, salah satu yang dianjurkan ialah mengikuti

langkah seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Bungin (2001: 145) yaitu sebagai berikut:

(1). Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, bermula dari awal sampai akhir periode penelitian.

Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan data, mengelompokkan data, memfokuskan temuan data pada hal-hal penting yang berkaitan dengan Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering*, kemudian membuat rangkuman atau catatan memo sebagai dasar penyajian informasi data dan analisis selanjutnya.

Analisis secara menyeluruh terhadap hasil wawancara, kemudian peneliti melakukan penyusunan data dan menafsirkannya dengan menggunakan logika ilmiah, menghubungkan antara teori dan fakta yang terjadi serta memasukan kutipan-kutipan langsung dari para narasumber.

(2). Penyajian Data

Sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk mengambil simpulan dan pengambilan data berupa tabel dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan mengambil simpulan dan saran yang tepat, oleh karena itu sajian datanya harus tertata secara baik.

Penyajian data dilakukan pada tahap ini oleh peneliti yaitu dengan menyusun sekumpulan informasi yang telah melalui tahapan reduksi tentang Kegiatan *Media Relations* Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat melalui *Press Gathering* menjadi suatu pernyataan yang memungkinkan penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Data kualitatif disajikan oleh peneliti dalam bentuk teks naratif, yang diklasifikasikan menurut isu dan kebutuhan analisis, pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu.

(3). Mengambil Simpulan/ Verifikasi

Peneliti yang menggunakan penelitian kualitatif memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang memungkinkan. Kesimpulan penelitian berdasarkan reduksi dan penyajian data yang telah dilakukan tahap sebelumnya. Tahap awal simpulan masih bersifat sementara, kemudian diringkas lagi menjadi rinci dan mengakar. Simpulan yang masih longgar yang sudah dirumuskan pada tahap reduksi data, disimpulkan lagi pada tahap penyajian dan akhirnya menjadi final pada tahap penarikan simpulan.

Proses analisis data dilakukan secara terus menerus dan menggunakan metode induktif karena itu penelitian ini tidak membuktikan hipotesis, tetapi lebih membentuk abstraksi berdasarkan bagian-bagian yang telah dikumpulkan dan

dikelompokkan. Berdasarkan proses ini, data dapat ditafsirkan dan diolah menjadi hasil penelitian.

Tahapan penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan runtut, alamiah, logis, aktual, serta dapat dipertanggungjawabkan 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 kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan pada pembahasan penelitian.

1.7 Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Desember 2017	Januari 2017	Februari 2017	Maret 2017	April 2017	Mei 2017	Juni 2017
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 1.2
Rencana Jadwal Penelitian

