

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian

Dinas Perhubungan (DISHUB) merupakan unsur pelaksana Pemerintahan Daerah di bidang Perhubungan yang dipimpin oleh Kepala Dinas dan berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris daerah. Pada umumnya keberadaan suatu organisasi tidak akan selalu tetap. Melainkan selalu dinamis/berubah sesuai tuntutan perubahan zaman, baik dalam hal bentuk/strukturnya, orang yang duduk didalamnya, sampai kedalam hal misi dan visinya. Itu semua dilakukan dalam upaya mencapai tujuan yang diinginkan oleh organisasi yang bersangkutan. Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat merupakan sebuah Organisasi Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat, termasuk sebuah organisasi yang dinamis, karena keberadaannya merupakan hasil perubahan/likuidasi dari 2 (dua) organisasi yang menangani masalah transportasi di Jawa Barat, yaitu organisasi/instansi vertikal yang bernama Kantor Wilayah X Departemen Perhubungan Provinsi Jawa Barat dan organisasi/instansi Daerah yang bernama Dinas Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (DLLAJ) Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat.

Dalam ilmu-ilmu sosial, organisasi dipelajari oleh pariset dari berbagai bidang ilmu, terutama Sosiologi, Ekonomi, Ilmu Politik, Psikologi, dan Manajemen. Terdapat beberapa perspektif mengenai organisasi, ada yang cocok satu sama lain dan ada pula yang berbeda. Organisasi pada dasarnya digunakan sebagai tempat atau wadah bagi orang-orang untuk berkumpul, bekerja sama secara rasional dan sistematis, terencana, terpimpin, dan terkendali dalam memanfaatkan sumber daya (uang, material, mesin, metode, lingkungan) sarana prasarana, data dan lain sebagainya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut para ahli terdapat beberapa pengertian organisasi sebagai berikut. Stoner mengatakan bahwa organisasi adalah suatu pola

hubungan yang melalui orang-orang dibawah pengarahan atasan mengejar tujuan bersama. Kemudian James D. Money mengemukakan bahwa organisasi adalah bentuk perserikatan manusia untuk mencapai tujuan bersama.

Sebuah organisasi dapat terbentuk karena dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat. Organisasi yang dianggap baik adalah organisasi yang dapat diakui keberadaanya oleh masyarakat disekitarnya. Karena memberikan kontribusi seperti pengambilan anggota-anggotanya sehingga menekan angka pengangguran. Sikap publik terhadap suatu organisasi di masa depan bergantung bagaimana informasi yang diperoleh mengenai organisasi, ataupun pada bagaimana publik menyampaikan apa yang dirasa mengenai organisasi. Untuk itu peran media massa berkaitan dengan konteks informasi menjadi sangat penting, karena apa yang telah termuat dalam sebuah media pada akhirnya menjadi wacana publik yang pasti akan mempengaruhi reputasi organisasi. Sebagian orang menilai dan menyimpulkan tentang suatu informasi perusahaan sebagaimana apa yang mereka lihat, dengar dan rasakan. Ketika sebagian orang tersebut hanya memiliki sedikit saja informasi, tentunya akan menghasilkan penilaian yang berbeda dengan sebagian orang yang memiliki lebih banyak informasi.

Hal ini diungkapkan bahwa setiap orang memiliki citra yang berbeda terhadap sesuatu. Hal tersebut menyebabkan organisasi tidak hanya memiliki satu reputasi, namun beberapa reputasi dari berbagai orang. Informasi mengenai suatu perusahaan dapat diperoleh melalui berbagai saluran, dan salah satu media yang digunakan organisasi untuk mengkomunikasikan informasi dan mendapat informasi adalah menggunakan media massa. Budi Susanto menyatakan bahwa media massa dalam masyarakat merupakan komoditas modern yang memiliki kelebihan dengan menawarkan kemungkinan untuk membentuk komunitas dengan kekuasaan untuk mengikat dan menyeragamkan, bahkan terjadi suatu pola yang tali-menali antara organisasi dan media. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk membina hubungan yang baik dengan media, karena media pun dapat

mengkonstruksi realitas sesuai dengan interpretasi yang diberikan oleh media tersebut terhadap suatu organisasi. Humas Dinas Pehubungan Provinsi Jawa Barat sebagai objek penelitian merupakan suatu profesi dengan keberadaanya dapat membuat perubahan untuk suatu perusahaan. Dalam suatu perusahaan atau instansi atau organisasi tidak terlepas dari peran humas yang begitu penting untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan. Humas merupakan bagian penting dari suatu perusahaan dalam menjalin hubungan dengan publik atau media. Hal ini merupakan proses komunikasi strategis yang digunakan perusahaan, individu, dan organisasi untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan publik. Humas atau dalam bahasa Inggris *public relations* yaitu merupakan praktik mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat.

Profesi humas atau hubungan masyarakat tentu sudah tidak asing lagi di telinga kita. Karena itu, semakin hari praktisi humas semakin diminati karena dinilai sangat strategis dan memiliki peranan penting dalam perusahaan. Kebutuhan perusahaan akan tenaga humas juga kian meningkat. Namun pesatnya perkembangan teknologi, tenaga humas wajib memiliki tiga kemampuan. Kemampuan memberikan arahan dengan cepat, kecerdasan dalam beradaptasi, serta memiliki fleksibilitas tinggi. Sehingga tidak heran jika banyak perusahaan menekankan kepada praktisi humas untuk bisa bekerja dengan cepat (*agile*) dan multitasking. Semaksimal mungkin humas mampu berpikir kritis, berani mengambil keputusan, sekaligus piawai dalam melaksanakan strategi guna merespon segala bentuk perubahan yang terjadi dengan cepat.

Dengan kemampuan yang dimiliki humas untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan yaitu relasi dengan media. Oleh karena itu *media relations in public relations* atau suatu kegiatan humas yang sangat penting. *Media relations* atau bisa juga disebutkan relasi media merupakan kegiatan menjalin hubungan atau relasi dengan media massa, wartawan atau pers untuk menjalin kerja sama dan hubungan baik oleh suatu organisasi, yang nantinya akan berpengaruh pada pemberitaan atau pesan dalam media massa itu sendiri dalam menjaga citra positif

dari suatu organisasi yang dinaunginya. Dalam pekerjaan humas, hubungan media kerap diketahui sebagai penanganan krisis dengan perusahaan ketika hal-hal positif seputar perusahaan sedang dilanda isu negatif. Pada saat krisis metode terbaik penanganan relasi media oleh humas yaitu dengan mengakui dan mengoreksi kesalahan dengan menginformasikan usaha-usaha kedepan dan berita positif. Dalam hal ini baik media massa maupun humas dalam posisi saling memanfaatkan dan saling diuntungkan satu sama lain. Upaya mempublikasikan informasi organisasi tidaklah mudah, jika tidak mempunyai nilai berita dan bermanfaat untuk masyarakat luas. Dibutuhkan suatu strategi tertentu dan juga upaya-upaya konkrit dalam menjalin hubungan baik antara organisasi dan media massa dalam hubungan media itu sendiri.

Pengertian *media relations* menurut Frank Jefkins adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan (Jefkins, 2000:98). Jefkins menjelaskan mengenai target *media relations* adalah pencapaian publikasi atau penyiaran maksimal atas informasi organisasi. Publikasi yang maksimal tidak hanya dari sisi jumlah media yang memuat, melainkan juga penyampaian informasi yang lengkap, serta berada di posisi yang strategis atau mudah dibaca, didengar atau dilihat oleh publik.

Sementara itu Sam Black dan Melvin L. Sharpe menjelaskan *media relations* lebih kepada hubungan antara organisasi dengan media. Definisinya adalah hubungan antara suatu organisasi dengan pers, radio dan televisi secara dua arah atau dua pihak. (Black dan Sharpe, yang dikutip Diah Wardhani, 2008: 9). Hal ini menyebutkan bahwa *media relations* tidak hanya terkait dengan kepentingan sepihak, organisasi atau media massa saja, melainkan kedua pihak memiliki kepentingan yang sama. Dengan demikian akan membuat hubungan kerja sama menjadi hubungan yang sama-sama menguntungkan kedua belah pihak. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka pengertian *media relations* adalah : Aktivitas Komunikasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan

media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (*balance*).

Media relations merupakan kegiatan Humas untuk menjalin hubungan baik dengan media massa. Philip Lesley (1991:7) memberikan definisi *media relations* sebagai hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi. Organisasi yang menjalankan program *media relations*, pada umumnya adalah organisasi yang sangat membutuhkan media massa dalam pencapaian tujuan organisasi. Secara rinci tujuan *media relations* bagi organisasi adalah :

1. Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah 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 organisasi.
3. Upaya memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan organisasi.
4. Untuk melengkapi data/informasi bagi pimpinan organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian (*assesment*) secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan organisasi.
5. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati. (Rachmadi, yang dikutip oleh Diah, 2008 : 13).

Melalui aktivitas *media relations*, maka hubungan antara organisasi dengan media diharapkan akan lebih baik dan positif. Dengan demikian manfaat Media Relations dapat dirasakan oleh kedua belah pihak. Manfaat *media relations* antara lain adalah :

1. Membangun pemahaman mengenai tugas, dan tanggung jawab organisasi dan media massa.

2. Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip saling menghormati dan menghargai, kejujuran serta kepercayaan.
3. Penyampaian atau perolehan informasi yang akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.

Diharapkan dengan adanya hubungan media, maka akan mempermudah kedua pihak saling memahami situasi dan kondisi kerja masing-masing. Selain itu, bisa saling mendiskusikan hal-hal terbaik untuk kerja sama antara kedua pihak. Aktivitas *media relations* pada umumnya dijalankan oleh *public relations* dalam suatu organisasi, dan bentuk-bentuk kegiatannya adalah :

1. Pengiriman siaran pers/pers release.
2. Menyelenggarakan konferensi pers.
3. Menyelenggarakan media gathering.
4. Menyelenggarakan perjalanan pers.
5. Menyelenggarakan special event.
6. Menyelenggarakan wawancara khusus.
7. Menjadi narasumber media.

Berdasarkan latar belakang tersebut “**Strategi Komunikasi Humas Dishub Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas Media Relations**” dipilih sebagai judul penelitian untuk menjelaskan bagaimana peran Humas Dishub Jabar dalam menjalankan aktivitas *media relations* berdasarkan teori dari Grunig dan Hunt yaitu *excellence theory*. *Excellence theory* berasal dari *excellence study* yang dilakukan oleh Grunig yang membahas bagaimana peran ideal humas dalam menjalankan fungsi komunikasi berdasarkan *excellence communications* yang didalamnya terdapat tiga aspek. Apabila Humas Dishub Jabar telah menerapkan *excellence communications* pada aktivitas *media relations* dapat diyakini bahwa telah terjalin hubungan baik antara humas sebagai perwakilan dari Dishub Jabar dengan publiknya.

Salah satu dari teori *public relations* itu sendiri adalah teori excellence. *Theory excellence* merupakan sebuah teori generasi *public relations* yang mengidentifikasi empat model antara lain sebagai berikut :

1. *Press Agency* / publikasi.
2. *Public information*.
3. *Two-way asymmetric*.
4. *Two-way symmetric*.

Excellence communications menjelaskan kriteria yang harus diterapkan humas untuk mencapai suatu keberhasilan. Mengenai teori ini menyebutkan bahwa organisasi yang menerapkan *excellence communications* yang telah disebutkan diatas memiliki tiga komponen yang berkaitan antara lain sebagai berikut :

1. Pengetahuan Dasar (*Knowlagde Core*).
2. Harapan Bersama (*Shared Expetation*).
3. Budaya Partisipatif (*Participative Culture*).

Teori ini menjelaskan bagaimana humas dapat berkontribusi sebagai fungsi manajemen keseriusan, keefektifan seperti dalam membangun dengan publik dan penyelesaian konflik organisasi. Teori ini juga lebih mengutamakan aspek negosiasi dan kompromi dalam proses komunikasi. Dapat disimpulkan bahwa teori ini adalah sebuah teori dimana peran humas dalam organisasi sebagai fungsi manajemen untuk meningkatkan efektifitas kinerja agar terciptalah suatu kesuksesan dalam organisasi tersebut.

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

“Bagaimana penerapan *excellence communications* pada Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Aktivitas *Media Relations* Humas DISHUB Jawa Barat”.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana proses *knowledge core* Humas Dishub Jabar dalam menjalin relasi dengan *community relations* ?
2. Bagaimana proses *shared expectation* Humas Dishub Jabar dalam menjalin relasi dengan *community relations* ?
3. Bagaimana proses *Participative Culture* Humas Dishub Jabar dalam menjalin relasi dengan *community relations* ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui proses *knowledge core* Humas Dishub Jabar dalam menjalin relasi dengan *community relations*.
2. Mengetahui proses *shared expectation* Humas Dishub Jabar dalam menjalin relasi dengan *community relations*.
3. Mengetahui proses *Participative Culture* Humas Dishub Jabar dalam menjali relasi dengan *community relations*.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan Ilmu Komunikasi secara teoritis maupun secara praktis berkaitan dengan judul penelitian. Kegunaan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu, kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang secara umum dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu itu sendiri.

1.3.2.1. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana penerapan *media relations* di instansi Dinas Perhubungan.
2. Dapat memberikan gambaran mengenai penerapan *excellence theory* atau *excellence communication* di bagian humas.

3. Dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana publisitas di Humas Dishub Jabar dapat terlaksana.

1.3.2.2. Kegunaan Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau saran bagi Bidang Humas Dishub Jabar.
2. Dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi dalam melaksanakan kegiatan media relations di Bidang Humas Dishub Jabar.
3. Dapat menjadi bahan acuan dan referensi untuk penelitian yang akan datang.