



## Aktivitas *Media Relations* dalam Kegiatan Publikasi Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat

Septiana Ahmadi<sup>1\*</sup>, Encep Dulwahab<sup>2\*</sup>, Lida Imelda Cholidah<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi Humas, <sup>2</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik,  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : [ahmadseptiana0@gmail.com](mailto:ahmadseptiana0@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Aktivitas *Media relations* dalam Kegiatan Publikasi Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat dengan menggunakan konsep manajemen *media relations* dengan memperhatikan proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi dalam aktivitas *media relations*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi sudah melaksanakan aktivitas *media relations* yang memiliki konsep manajemen sebagai berikut: Pertama, tahap perencanaan dengan menentukan target dan tujuan melalui program jangka panjang (PELITA) dan jangka pendek (KAK), pemetaan sumber daya melalui pembagian tim divisi kerja, dan pelaksanaan MOU (*Memorandum of Understanding*) dengan media; Kedua, tahap implementasi dengan verifikasi keabsahan media yang bekerjasama, pendekatan formal, dan pendekatan informal; Ketiga, tahap evaluasi dengan mengevaluasi output yang dikeluarkan, evaluasi input juga dilakukan dengan menganalisis respon publik.

**Kata Kunci :** *Media relations, Media Massa, Publikasi, Manajemen*

### ABSTRACT

*This study aims to find out how Media relations Activities in the Publications Institution Activities of the DPRD of West Java Province using concept of media relations management by paying attention to how the process of planning, implementation, and evaluation in media relations activities. Result of this study state that Secretariat of West Java Provincial DPRD Sub-Division of Public Relations Protocol and Publications has carried out media relations activities wich have following management concepts; First, planning stage by setting targets and objectives through long-term program (PELITA) and short-term (KAK), resource mapping through classification work division team, and implementation of MOU (Memorandum of Unnderstanding) with media; Second, the implementation phase by verifying the legitimacy of cooperated media, formal approaches, and informal approach; Third, the evaluation phase by evaluating the outputs issued, input evaluation is also carried out by analyzing public response.*

**Keywords :** *Media relations, Mass Media, Publications, Management*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang terjadi pada saat ini mempengaruhi bagaimana masyarakat dapat mengakses suatu informasi dengan sangat mudah. Berdasarkan hal tersebut, suatu lembaga atau organisasi perlu beradaptasi dan melakukan fungsi manajemen dalam pengelolaan publikasi, salah satunya ialah dengan melalui media massa. Lembaga atau organisasi yang baik tentu melakukan upaya dalam aktivitas manajemen media dalam aktivitas publikasinya, salah satunya ialah dengan aktivitas *media relations*. Suryadi (2017:49) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi media informasi berpengaruh terhadap bagaimana seorang *public relations officer* dapat memanfaatkan media baru yang cukup kompeten dalam pelaksanaan publikasi terhadap publik.

Ardianto (2007:23) menjelaskan bahwa fasilitas akses internet cepat saat ini menjadi penting, adapun akses internet cepat ini berfungsi sebagai alat yang mempermudah media dalam menyebarkan informasi. Akses internet pada masa saat ini merupakan hal yang sangat penting agar media lebih *up to date* setiap waktunya. Praktisi *public relations* harus senantiasa beradaptasi mengingat teknologi industri saat ini sudah memasuki era 4.0.

*Media relations* merupakan aktivitas yang dilakukan oleh praktisi humas untuk menjalin hubungan baik dengan media, salah satu tujuannya ialah agar kegiatan publikasi lembaga dapat dilakukan dengan sistematis melalui media massa demi kepentingan suatu lembaga atau organisasi dalam menjalankan hubungan yang baik dengan publiknya. Transparansi suatu lembaga atau perusahaan dengan para publiknya dapat diciptakan dengan manajemen komunikasi yang baik terhadap media massa, berdasarkan hal tersebut *media relations* menjadi aktivitas yang fundamental dalam manajemen yang sistematis dalam mengatur alur komunikasi. Ruslan (2005:174) menjelaskan bahwa era transparansi informasi saat ini sangat dibutuhkan keahlian seorang *media relations* perusahaan dalam menjalin hubungan dengan media. Hubungan antara perusahaan dengan media perlu dibina sebaik mungkin agar memberikan efek positif terhadap perusahaan.

Pelaksanaan *media relations* yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi diharapkan dapat membantu pembentukan citra lembaga melalui kegiatan publikasi. Media massa baik berupa media konvensional maupun media *online* dapat mempublikasikan berita yang aktual sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan sebagai bentuk transparansi lembaga terhadap khalayak untuk memenuhi fungsi pemerintahan legislatif sebagai penentu kebijakan. Kegiatan *media relations* ini semata-mata tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan lembaga untuk mencapai tujuannya saja,

namun aktivitas *media relations* ini diharapkan menjadi hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain.

Kekuatan kredibilitas dan cakupan khalayak yang bisa dilakukan secara menyeluruh melalui media massa tentu berpengaruh terhadap citra yang baik ditengah masyarakat. Transparansi serta pengetahuan masyarakat terkait kegiatan dan kebijakan yang dihasilkan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat perlu ditunjang oleh platform media yang sedang *trend*, keberadaan aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat tentu memiliki peran yang fundamental mengenai hubungan yang baik dengan media. Adaptasi perlu dilakukan seiring perkembangan zaman terkait media massa yang makin bervariasi antara lain ialah media konvensional seperti koran, majalah, radio dan televisi. Mengingat perkembangan internet yang semakin maju tidak terlepas dengan adanya media *online* seperti *website*, media sosial, dan platform *online* lainnya, seorang praktisi humas tentu melakukan improvisasi terkait kegiatan humasnya salah satunya ialah kegiatan *media relations*.

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan beberapa masalah dari pertanyaan penelitian sebagai berikut. Pertama, Bagaimana perencanaan aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat? Kedua, Bagaimana implementasi aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat? Ketiga, Bagaimana Evaluasi aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat?

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Moloeng (2017:3) metode deskriptif kualitatif merupakan proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode deskriptif bertujuan agar fokus terhadap data observasi serta melakukan pengamatan, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dapat dijangkau oleh data kualitatif dengan instrumen seperti test, kuisisioner, serta pedoman wawancara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan agar peneliti dapat mendeskripsikan serta menganalisis dari hasil penelitian serta memberikan gambaran secara lengkap dalam bentuk kata serta tulisan mengenai proses dan tahapan *media relations* yang dilakukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat.

Terdapat lima penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian mengenai aktivitas *media relations* dalam kegiatan publikasi. Pertama, Penelitian dalam bentuk Skripsi oleh Abdul Azis yang berjudul "*Strategi Media relations Hubungan Masyarakat Pemerintahab Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi Publik*" dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Makasar Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tahun 2018. Penelitian ini menjelaskan bahwa

kegiatan *media relations* yang dilakukan Humas Pemerintah Luwu Timur terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap perencanaan yaitu mengenai apa saja yang menjadi target untuk bahan klipping harian, tahap pelaksanaan yaitu proses membaca dan memotong berita cetak dan *online* yang didapat pada hari itu untuk dijadikan klipping. Tahap evaluasi yaitu mengevaluasi pemberitaan untuk Pemerintah Luwu Timur di mata masyarakat, serta mengetahui apa saja tindakan yang akan diambil dalam menanggapi pemberitaan tersebut.

Kedua, penelitian dalam bentuk Skripsi milik Ridho Adrianto dari Universitas Muhammadiyah Surakarta Program Studi Ilmu Komunikasi dan Informatika pada tahun 2017. yang berjudul "*Strategi Media relations Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan dalam Melaksanakan Publisitas*". Penelitian ini menjelaskan bahwa aktivitas *media relations* terdiri dari empat tahapan yaitu menghitung pemberitaan, melihat posisi tulisan, melihat luas kolom, dan analisis isi. Aktivitas klipping media yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Grobogan merupakan kegiatan *media relations* yang dilakukan secara rutin dan sistematis.

Ketiga, penelitian dalam bentuk skripsi oleh Puput Indarti Devia dari Jurusan Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2019 yang berjudul "*Pemaknaan Media Analyst Terhadap Aktivitas Media Monitoring*". Penelitian ini mengemukakan bahwa aktivitas *media monitoring* dilakukan dengan analisis kuantitatif. Hasil dari kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh praktisi PR bertujuan untuk mendapatkan sumber data yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan PR lainnya. Praktisi PR dapat mencegah masalah-masalah yang disebabkan oleh pemberitaan media dengan adanya aktivitas *media monitoring* ini.

Keempat, penelitian dalam bentuk skripsi oleh Roro Chrisindy Antika seorang mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Prof. Dr. Moestopo (Beragama) pada tahun 2019 yang berjudul "*Peran Media Monitoring Biro Komunikasi Kementerian Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat Dalam Pemberitaan Media Cetak Jalan Tol*". Penelitian ini menjelaskan bahwa hasil dari kegiatan PR dalam memantau aktivitas pemberitaan media cetak yang dilakukan setiap hari, yang kemudian digunakan untuk evaluasi kerja dan memantau aktivitas pemberitaan seputar Kementerian.

Kelima, Skripsi dengan judul "*Kampanye Public Relations Program Bandung Bersatu di Pemerintah Kota Bandung*" milik Ari Nurizki Saputra pada tahun 2020. Penelitian ini menghasilkan bahwa kampanye kehumasan yang dilakukan oleh praktisi pemerintah Kota Bandung dalam program Bandung Bersatu ini kurang maksimal, adapun pengelolaan yang dilakukan masih belum terkoneksi dengan

baik. Pelaksanaan kampanye ini memiliki sistem organisasi kampanye dalam pelaksanaannya, serta tidak dilakukan evaluasi secara berkala.

Perbedaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada pola pendekatan dan lokasi kegiatan yang dilakukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat dalam pelaksanaan *media relations* lebih berfokus kepada hasil dari publikasi yang dilakukan oleh media yang bekerja sama.

## LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini membahas mengenai aktivitas *media relations* dalam kegiatan publikasi lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat dengan menggunakan konsep proses kegiatan *media relations* menurut Yosali Iriantara (2011:47-67) yang mengemukakan bahwa ada tiga tahap dalam pelaksanaan *media relations* yaitu: Pertama, perencanaan dapat dilakukan dengan mengadakan audit *media relations* tedahulu, yaitu mengenai analisis ruang lingkup internal organisasi dengan memperhatikan tujuan, visi dan misi, serta kualitas dan kuantitas sumber daya yang dimiliki. Selanjutnya dilakukan analisis ruang lingkup eksternal dari suatu lembaga atau perusahaan yang melakukan aktivitas *media relations*.

Kedua, implementasi atau pelaksanaan yang dilakukan dalam *media relations* meliputi kebijakan, keputusan, dan tindakan yang diambil dengan tujuan membina hubungan yang harmonis antara suatu lembaga atau perusahaan dengan media. Kegiatan pelaksanaan *media relations* tentu melibatkan sumber daya manusia, teknik dalam pelaksanaan yang digunakan, serta hasil dari pekerjaan yang telah dilakukan. Setiap orang akan diberikan pekerjaan sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya masing-masing, dalam hal sumber daya manusia tentu berkaitan dengan penugasan terhadap tanggung jawab dalam penggunaan instrumen media komunikasi. Contoh lainnya ialah dengan menyiapkan anggota media yang berpartisipasi dalam press conference, juga penyusunan terhadap latar belakang siaran pers yang akan dilakukan.

Menurut Iriantara (2019:77) menyebutkan bahwa implementasi yang baik adalah memperhatikan bagaimana sumber daya yang dimiliki. Pembagian tim kerja yang memiliki anggota dengan pembagian tugasnya masing-masing. Metode kerja adalah hal yang memperhatikan cara yang paling efektif untuk mencapai tujuan. Pelaksanaan tentang bentuk kerja adalah program/kegiatan yang dimaksud untuk mencapai tujuan tertentu.

Ketiga, evaluasi yang memperhatikan mengenai indikasi dari tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu lembaga atau perusahaan yang melakukan aktivitas *media relations*, dimana tujuan tersebut berdasarkan dari hasil atau dampak dari program yang telah dilaksanakan oleh perusahaan atau

lembaga. Pengendalian output yang dihasilkan dalam kegiatan *media relations* tentu pada dasarnya mengacu pada hubungan timbal balik yang dilakukan pihak eksternal terhadap sebuah lembaga. Menurut Effendy (2005:49-60) menyebutkan bahwa hal yang perlu diperhatikan dalam evaluasi kegiatan *media relations* adalah impact objective dan output objective. Prioritas utama dalam evaluasi *media relations* adalah memperhatikan impact objective terlebih dahulu, hal ini merupakan suatu indikator efektivitas pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran. Sedangkan indikator dari output objective dilihat dari seberapa responsive staff *media relations* menangani media dalam kegiatan yang dilaksanakan.

Proses perencanaan komunikasi yang dirancang oleh praktisi humas tentu memiliki tujuan tertentu khususnya dalam kegiatan *media relations*. Menurut Arifin (1984:72) membuat rencana yang baik perlu memperhatikan tahapan dalam menyusun strategi komunikasi, yaitu: Pertama, *mengenal publik*: langkah yang dilakukan dalam menyusun strategi komunikasi yaitu mengetahui bagaimana karakteristik publik yang dituju, sehingga mampu memahami bagaimana komunikator menyampaikan pesan terhadap publik. Memahami publik harus memperhatikan bagaimana situasi yang tepat dari target yang telah ditentukan.

Kedua, *menyusun pesan*: menarik perhatian publik dalam menyampaikan pesan perlu disusun sedemikian rupa agar pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Pesan yang disampaikan dapat terwujud dengan memastikan tujuan dalam sebuah tema tertentu. Komunikasi yang efektif berawal dari bagaimana pesan yang disampaikan mendapat perhatian dari publik. Ketiga, *menetapkan metode*: penyampaian sebuah pesan perlu memperhatikan metode yang digunakan agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik, penyampaian pesan melalui metodenya terdapat dua aspek. Pertama dalam pelaksanaannya, yaitu senantiasa melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya tanpa memperhatikan isi pesannya sehingga berkesinambungan dengan pesan yang disampaikan. Kedua, menurut bentuk isi tidak jauh beda dengan yang pertama namun disini lebih berfokus pada isi pesan yang disampaikan atau apapun yang terkandung dalam pesan tersebut.

Implementasi dalam pelaksanaan *media relations* merupakan tahapan eksekusi dari proses perencanaan. Praktisi humas yang telah melakukan analisis terhadap apa yang telah direncanakan termasuk penilaian terhadap program terdahulu yang pernah dilaksanakan sebelumnya. Program tersebut apakah sesuai dengan apa yang telah direncanakan ataukah sebaliknya, jika pelaksanaan tersebut dapat menanggulangi masalah dari program sebelumnya maka layak untuk dipertahankan, begitupun sebaliknya apabila program tersebut tidak

memberikan dampak yang baik bagi suatu lembaga maka dari itu praktisi humas dituntut untuk melakukan inovasi dan memberikan ide-ide baru untuk program yang lebih baik. Tahapan implementasi *media relations* dilakukan sesuai dengan media yang digunakan, komunikasi yang baik dapat menimbulkan efek yang baik sehingga dalam penyampaian harus dilakukan sebaik mungkin agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Penentuan media yang digunakan dalam aktivitas *media relations* sangat menentukan terhadap tingkat keberhasilan kegiatan. Menurut Iriantara (2008:89-90) strategi *media relations* sejatinya adalah bagaimana suatu lembaga dapat memperluas jaringan melalui media massa. Mengembangkan strategi dengan penentuan media yang digunakan harus dilakukan oleh praktisi PR agar terjalin hubungan baik antara lembaga dengan publiknya, seorang praktisi humas yang membina hubungan yang baik dengan media harus memperhatikan manfaat timbal balik antara lembaga dengan media.

Rosady Roeslan (2007:186-193) mengungkapkan bahwa dalam menjalin hubungan yang baik dengan media dapat diwujudkan dalam dua cara, yaitu kontak secara formal dengan mengadakan acara khusus yang sengaja dirancang sebelumnya dimana media diundang secara resmi dengan menetapkan tema dan tujuan yang hendak dicapai, dan kontak informal dengan mengadakan acara yang berkesan santai seperti media gathering, kontak ini bersifat informal untuk menjalin hubungan baik antara pihak public relations dan media dimana kontak ini lebih menekankan pendekatan pribadi ke pribadi (*personal to personal approach*).

Tahapan terakhir dalam kegiatan *media relations* adalah tahapan evaluasi. Evaluasi kehumasan memperhatikan nilai suatu program termasuk pengelolaan mauun hasil dampak pelaksanaannya. Melalui evaluasi, praktisi humas dapat memperhatikan faktor-faktor yang menjadi kegagalan ataupun keberhasilan suatu program, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang harus dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi yang beralamat di Jalan Diponegoro No.27 Bandung 40115 Provinsi Jawa Barat. Alasan penelitian ini dilakukan di Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat karena kegiatan *media relations* yang dilakukan lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat memiliki keunikan tersendiri, terlihat dari indentitas lembaganya yang merupakan fungsi legislatif pemerintahan daerah provinsi Jawa Barat yang memiliki struktur organisasi Sekretariat dalam menunjang transparansi serta keterbukaan terhadap khalayak.

*Media relations* yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat sudah direncanakan melalui program PELITA atau perencanaan lima tahun sebagai rencana jangka panjang, dan KAK atau kerangka acuan kerja sebagai perencanaan jangka pendek. Penelitian ini membahas mengenai kegiatan *media relations* lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat yang telah direncanakan baik melalui proses jangka panjang maupun jangka pendek.

Pelaksanaan *media relations* yang dilakukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat tentu dilakukan dengan pendekatan formal dan informal. Pendekatan formal meliputi beberapa program implementasi *media relations* dengan kegiatan resmi yang melibatkan lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat dengan media, contohnya ialah *media gathering*, *media visit*, konferensi pers, dan *press interview*. Pendekatan informal merupakan bentuk implementasi *media relations* yang bersifat santai dan fleksibel terhadap waktu dan tempat yang ditentukan, namun tetap dengan tujuan utamanya ialah melakukan hubungan baik antara lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat dengan media seperti pengelolaan kontak pribadi media yang terkait, serta kegiatan silaturahmi.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat menjadikan penggunaan media sebagai kebutuhan untuk menyebarkan informasi baik untuk individu, kelompok, instansi, dan lembaga lainnya. Peran media massa dianggap penting dan sangat membantu dalam menyebarkan informasi. *Media relations* menjadi aktivitas yang sangat penting bagi lembaga khususnya dalam membina hubungan baik dengan media massa demi mencapai tujuan lembaga.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam Aktivitas *Media relations* dalam Kegiatan Publikasi Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat menggunakan konsep tahapan *media relations* menurut Yosol Iriantara yaitu dengan konsep Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi.

### **Tahapan Perencanaan Aktivitas *Media relations* DPRD Provinsi Jawa Barat**

Perencanaan merupakan tahap yang paling dasar dalam suatu konsep manajemen, Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat melakukan proses perencanaan dalam aktivitas *media relations*. Proses Perencanaan dilakukan oleh seluruh anggota Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan proses perencanaan aktivitas *media relations* Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat yaitu dengan menentukan target dan tujuan, pemetaan sumber daya yang dimiliki, dan melakukan MOU (*Memorandum of Understanding*) dengan media yang bekerjasama.



Menurut Iriantara (2019:61) perencanaan pada dasarnya ialah menetapkan tujuan dan cara mewujudkan tujuan tersebut. Memperhatikan bagaimana waktu tercapainya tujuan tersebut, tujuan dibagi kedalam tiga bagian yaitu jangka pendek apabila terwujud dalam jangka waktu 1 tahun. Jangka menengah apabila terwujud dalam jangka waktu 2-3 tahun. Jangka panjang sekitar 5 tahun atau lebih.

Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi melakukan perencanaan dengan Program PELITA (perencanaan lima tahun) sebagai perencanaan jangka panjang dan KAK (kerangka acuan kerja) yang dilakukan setiap akhir tahun yang merupakan perencanaan jangka pendek. Setiap perencanaan tersebut sudah meliputi target dan tujuan, pemetaan sumber daya, hingga rencana pelaksanaan kesepakatan kerjasama dengan media. Menurut George R. Terry (Sukarna 2011:10) menjelaskan bahwa *planning* atau perencanaan merupakan kegiatan pengakumulasian berupa fakta-fakta dan asumsi yang menggambarkan serta merumuskan kegiatan dimasa yang akan datang untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Perencanaan selanjutnya ialah mengidentifikasi khalayak yang menjadi sasaran kegiatan *media relations*. Khalayak pada umumnya diketahui sebagai publik eksternal dan publik internal, namun dalam kegiatan *media relations* khalayak difokuskan dalam ruang lingkup eksternal yang diantaranya ialah masyarakat umum, stakeholder dan lain sebagainya.

Effendy (Suryadi 2017:5) menjelaskan bahwa perencanaan komunikasi memiliki nilai fungsi dan strategi dalam penyampaian pesan yang bersifat informatif, persuasif, serta konstruktif. Perencanaan memiliki nilai strategi dengan makna tentang bagaimana manajemen komunikasi agar dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Penetapan tujuan ini sejalan dengan penjelasan Iriantara (2011:48) yang menyebutkan bahwa tujuan yang telah ditentukan sebelumnya harus menjadi acuan bagi praktisi PR dan tujuan *media relations* yang dilakukan oleh lembaga tersebut. Meskipun dengan adanya kendala pada pelaksanaannya, praktisi PR harus dapat berimprovisasi dan beradaptasi dengan keadaan yang ada pada saat ini.

Tujuan ini dibentuk berdasarkan hasil evaluasi dari periode sebelumnya serta bagaimana opini dan isu-isu yang berkembang dari masyarakat. Semua bentuk evaluasi serta opini dan isu yang berkembang dilakukan identifikasi masalah serta menjadi bahan monitoring Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi untuk selanjutnya dijadikan pijakan dalam perencanaan yang akan diimplementasikan serta ditindak lanjuti.

Fenomena dan realita sosial yang terjadi di masyarakat tentu mengalami perubahan,antisipasi dan solusi dari setiap permasalahan tentu perlu dilakukan dalam proses perencanaan. Sejalan dengan penjelasan berdasarkan yang dikemukakan oleh Cutlip, Center & Broom (2005:268) yang menyebutkan bahwa masalah sama halnya dengan analisis situasi, mencakup pemantauan terhadap pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku publik yang berkaitan dengan tindakan dan kebijakan yang dikeluarkan oleh organisasi.

Perencanaan yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi selanjutnya ialah menentukan sumber daya dalam melaksanakan aktivitas *media relations*. Pembagian job descriptions menjadi hal yang paling utama dalam langkah ini, terlebih lagi perangkat organisasi yang tiap tahun berubah. Staff yang ada di dalam Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi dibagi kedalam beberapa divisi tim kerja. Divisi liputan yang terdiri dari tim naskah yang mengumpulkan bahan mentah sebagai sumber informasi lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat, tim fotografer yang mengelola dokumentasi berupa gambar terkait kegiatan lembaga, serta tim videografer yang mengumpulkan dokumentasi video. Divisi redaksi yang bertanggungjawab dalam hal editing bentuk dokumentasi video dan foto, pembuat naskah realease yang siap dipublikasikan melalui media yang bekerjasama dan media yang dimiliki oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat.

Divisi yang terbagi-bagi kedalam beberapa bagian harus bisa bersinergi dan bekerjasama dalam aktivitas *media relations* ini. Divisi yang pertama ialah adanya tim naskah, tim ini memiliki tugas untuk meliput seluruh kegiatan lembaga baik yang di lapangan ataupun kegiatan yang ada di gedung DPRD Provinsi Jawa Barat. Naskah yang dikumpulkan untuk menjadi bahan berita ini masih dalam bentuk yang sangat mentah, penulisan yang belum terstruktur, serta masih berdasar kepada kejadian yang sebenar-benarnya terjadi di lapangan.

Tim naskah yang telah mengumpulkan seluruh bahan mentah, langkah selanjutnya disetorkan kepada kepala redaksi dan disusun untuk menjadi sebuah realease. Hasil dari realease ini sudah memiliki penulisan yang terstruktur berdasar kepada standar operasional prosedur yang berlaku dan siap disebarluaskan kepada media. Beriringan dengan tim naskah, tim fotografer, videografer dan perangkat fungsional yang mengerjakan dokumentasi, seluruh bahan dokumentasi tersebut mengalami tahap editing dan seleksi agar memperoleh kualitas yang baik sehingga dapat disebarluaskan kepada media untuk selanjutnya dilakukan kegiatan publikasi.

Langkah pengumpulan bahan mentah dan dijadikan bahan matang

dengan beberapa tahapan editing dan seleksi yang cukup panjang untuk nantinya disebarluaskan kepada media. Media yang bekerjasama dengan lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat harus menegikuti langkah selanjutnya yaitu dengan melakukan naskah perjanjian atau MOU (*Memorandum of Understanding*) terkait dengan anggaran yang dikeluarkan oleh lembaga dan berapa jumlah artikel serta berita yang harus dipublikasikan.

Agoglia (2003:113) mengembangkan relasi dengan media massa membuka kemungkinan untuk mendapat perhatian dari media massa. Membuka dan memperluas jaringan pada dasarnya merupakan upaya dari lembaga untuk membina hubungan baik dengan media. Pengembangan relasi ini tidak terbatas hanya pada organisasi media massa, akan tetapi pada organisasi profesi lainnya.

Kerjasama dengan menggunakan naskah perjanjian atau MOU (*Memorandum of Understanding*) dilakukan agar kerjasama dan hubungan antara lembaga dengan media dapat berlangsung dengan tepat sasaran sejalan dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Ikatan yang terjalin dengan naskah perjanjian atau MOU ini bersifat berkelanjutan apabila lembaga dan media telah mencapai kesepakatan yang telah dibuat, beberapa kondisi terkadang media tidak sejalan dengan keinginan lembaga, maka dari itu verifikasi dan monitoring perlu dilakukan oleh tim lembaga agar dapat dievaluasi serta dipertimbangkan lebih lanjut dalam menjalin kerjasama.

Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat sudah bekerja sama dengan 6 televisi lokal, 93 media online, 48 media cetak, 40 kontributor berita/wartawan, 27 radio se-Jawa Barat dan pengelolaan media sosial lembaga yang dikelola oleh tim Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi. Menjaln kerjasama dengan para media ini tentu dibutuhkan standar operasional yang sistematis dan terstruktur serta bersifat mengikat saling menguntungkan satu sama lain, maka dari itu kita menjalankan dengan namanya naskah perjanjian atau MOU (*Memorandum Of Understanding*) dengan media yang bekerja sama. Perjanjian terkait dengan anggaran yang harus dikeluarkan, dan jumlah berita yang harus dipublikasikan. Media yang bekerjasama pun harus diperhatikan dan diawasi dengan kegiatan monitoring agar kerjasama dapat saling menguntungkan dan berkelanjutan satu sama lain.

### **Tahapan Implementasi Aktivitas *Media relations* DPRD Provinsi Jawa Barat**

Tahap Implementasi aktivitas *media relations* merupakan buah dari perencanaan yang dilakukan sebelumnya. Implementasi merupakan suatu proses manajemen komunikasi sesuai dengan tujuan dan target yang telah ditentukan. Eksekusi yang baik, dedikasi yang tinggi, serta kedisiplinan yang diterapkan

menjadi tonggak utama dalam proses implementasi.

Perencanaan yang telah dibuat dengan matang harus diimplementasikan dengan eksekusi yang baik. Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi mengimplementasikan program perencanaannya dengan membagikan tugas sesuai dengan divisinya masing-masing. Staff yang bekerja dalam mengumpulkan bahan mentah terdiri dari tim naskah, fotografer, dan videografer masuk kedalam tim liputan. Tim ini akan bertugas dalam hal liputan terkait seluruh kegiatan lapangan yang dilakukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat dan kegiatan yang dilakukan di kantor gedung DPRD Provinsi Jawa Barat.

Tim liputan yang bekerja mengumpulkan bahan mentah berupa laporan dan dokumentasi dari kegiatan yang dilakukan selanjutnya akan diproses tim redaksi untuk dijadikan releas dan bentuk dokumentasi berupa foto serta video melalui tahapan editing agar dapat disebarluaskan melalui media yang dikelola oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi maupun media-media yang sudah bekerja sama dengan lembaga.

Media yang bekerjasama dengan lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat tentu harus menjalankan tahap verifikasi agar media yang akan bekerjasama dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan tujuan yang direncanakan oleh lembaga melalui sistem validasi lengkap (SIVALEN) yang regulasi nya ditentukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat. Ardianto (2012:2) menyebutkan bahwa media memiliki kredibilitas yang tinggi dalam penyampaian informasi atau pesan kepada masyarakat, seringkali mempengaruhi pengetahuan, opini, isu, bahkan perilaku masyarakat terhadap informasi yang dikeluarkan oleh media tersebut.

Badri (2012:107) mengemukakan bahwa *media relations* selalu identik dengan media konvensional yang tidak lepas dengan profesi wartawan. *Media relations* dapat dibangun dengan menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal. Kehadiran media digital tentu merubah konsep *media relations* menjadi hubungan langsung dengan masyarakat yang secara langsung sebagai pemilik akun media sosialnya.

Bentuk dari pelaksanaan atau implementasi yang sesuai dengan perencanaan mengenai aktivitas *media relations* menurut Ardianto (2012:267) antara lain ialah press conference, press briefing, press tour, news releas, special event, press luncheon, dan press interview. Berdasarkan hasil observasi temuan di lapangan Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi melakukan aktivitas *media relations* dengan news releas yang merupakan hasil dari tim liputan yaitu tim naskah yang mengumpulkan

informasi kegiatan yang dilakukan lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat. News realease tersebut yang nantinya akan di sebarluaskan kepada media yang bekerjasama dengan lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat.

Aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi lainnya ialah media gathering dan media visit. Kegiatan media gathering yang dilakukan dengan rutin tentu menumbuhkan hubungan komunikasi yang baik antara lembaga dengan media, adanya kegiatan media gathering menjadi wadah yang baik sebagai bentuk keterbukaan yang disampaikan oleh media maupun lembaga yang terlibat dalam aktivitas *media relations* tersebut. Fungsi pengawasan dalam kerjasama juga perlu dilakukan terhadap media dengan kegiatan media visit.

Syahputra (2019:116) menyebutkan bahwa media gathering merupakan kegiatan suatu lembaga atau organisasi yang mengundang pihak media dengan tujuan untuk menjalin hubungan baik antara suatu lembaga dengan media. Kegiatan media gathering bersifat formal dengan topik pembahasan mengenai tujuan yang akan dicapai oleh lembaga dengan media. Pembentukan citra yang dihasilkan oleh pemberitaan oleh media dapat dihasilkan melalui kegiatan media gathering yang dilakukan oleh lembaga dengan instansi media.

Iriantara (2019:78) pelaksanaan *media relations* harus memiliki nilai monitoring sebagai bentuk pengawasan dan kontrol pelaksanaan kegiatan. Monitoring bertujuan untuk memperhatikan dan mengevaluasi kendala-kendala program/kegiatan yang tidak diperhitungkan dalam perencanaan. Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat melakukan kegiatan media visit sebagai bentuk monitoring dalam kegiatan *media relations*, media visit meliputi pengawasan dengan mengunjungi media yang telah bekerjasama dengan lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat. Kendala yang sering dihadapi oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat ialah ketika kerjasama sudah disepakati namun media yang bekerjasama mengalami pailit atau kerugian sehingga media tersebut gulung tikar dan tidak menjalankan kerjasama dengan baik.

Menurut Wardhani (2008:139) menyebutkan bahwa dalam mengukur indikator keberhasilan kegiatan *media relations*, maka perlu dilakukan monitoring atau pengawasan dalam pelaksanaannya, hasil pemantauan tersebut nantinya akan menjadi bahan evaluasi untuk mengukur bagaimana tujuan dan sasaran kegiatan *media relations* dapat tercapai. Melakukan aktivitas pemantauan atau monitoring perlu dilakukan oleh lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat terhadap media yang bekerja sama, mengingat perjanjian yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak harus dijalankan sebaik mungkin. Kegiatan media visit merupakan salah satu kegiatan formal dalam menjalankan pendekatan terhadap media.

Konferensi pers merupakan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga dalam menyampaikan informasi terhadap publiknya, lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat melakukan kegiatan tersebut apabila terjadi pemberitaan yang tidak sesuai dengan kejadian yang ada di lapangan, agar pemberitaan dapat terpantau dengan baik. Kegiatan konferensi pers dijadikan ajang klarifikasi oleh suatu lembaga ketika ditimpa isu-isu yang tidak sesuai dengan fakta lapangan yang ada, hal ini dilakukan agar citra positif lembaga dapat terjaga dengan baik dan terhindar dari berita-berita hoaks.

Kegiatan informal dalam aktivitas *media relations* perlu dilakukan dalam menjaga hubungan baik antara lembaga dengan media. Kegiatan yang bersifat santai dengan alur komunikasi dua arah dapat menjalin transparansi kedua belah pihak. Menurut Ruslan (2005:194) menyebutkan bahwa kegiatan informal atau kegiatan yang bersifat tidak resmi dapat meningkatkan hubungan yang baik dengan pihak media. Melalui kegiatan ini maka akan lebih mengenal secara pribadi atau *personal*, sehingga dengan mengenal satu sama lain maka akan terjalin harmonisasi dimana saling mendukung profesi satu sama lain sebagai mitra kerja.

Langkah yang diambil oleh Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat dalam melaksanakan hubungan yang baik dengan media melalui kegiatan informal ialah dengan menyimpan kontak pribadi. Kerjasama antara Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat dengan media tercatat dalam bentuk organisasi seperti IWO (Ikatan Wartawan *Online*), IJTI (Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia), dan PWI (Persatuan Wartawan Indonesia).

Pengelolaan kontak pribadi menjadi sangat penting mengingat hal tersebut merupakan langkah awal dalam hubungan yang baik antara pihak lembaga dengan media. Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat membuka pintu selebar-lebarnya terkait keterbukaan informasi yang akan disebarluaskan mengingat tujuan atas pengambilan informasi tersebut demi kepentingan publikasi yang akan dilakukan oleh media yang sudah bekerjasama.

Kegiatan informal lainnya ialah dengan mengadakan pertemuan silaturahmi antara media dengan lembaga. Pertemuan yang bersifat santai dan bersifat diskusi dua arah sangat penting dilakukan mengingat aktivitas hubungan *media relations* antara lembaga dengan media agar dapat saling bertukar pikiran dapat terjalin demi hubungan yang lebih harmonis.

### **Tahapan Evaluasi Aktivitas *Media relations* Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat**

Berdasarkan hasil analisis data yang ditemukan oleh peneliti, Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi

melakukan evaluasi terhadap kegiatan *media relations* secara rutin tiga bulan sekali. Evaluasi terkait MOU serta kualitas dan kuantitas berita yang dihasilkan dilakukan agar tujuan dari kegiatan *media relations* ini dapat tercapai dengan baik. Evaluasi yang dilakukan dalam menganalisis repon publik terhadap lembaga ialah dengan menggunakan media analytics, melihat segmentasi khalayak yang mengakses publikasi tersebut dan bagaimana komentar dari publik terhadap publikasi yang sudah dilakukan.

Lindermann (1997:3) mengemukakan bahwa aspek yang paling penting dalam evaluasi kegiatan PR adalah mengenai output hasil dari kegiatan tersebut. Sasaran dan tujuan yang dicapai oleh lembaga tersebut apakah sudah sesuai dengan pelaksanaan yang sudah dilakukan atau mendapati beberapa kendala diluar perencanaan kegiatan. Evaluasi selanjutnya ialah mengenai dampak jangka panjang dan jangka pendek dari kegiatan tersebut. Memperhatikan hasil media dengan mengukur respon publik terhadap pesan yang disampaikan merupakan salah satu langkah evaluasi PR.

Hasil evaluasi tersebut disetorkan kepada pimpinan untuk nantinya dibentuk sebuah keputusan atau bahkan kebijakan yang baru bagi media mana yang layak dipertahankan dan yang diputus kerjasamanya. Diluar media yang bekerja sama dengan lembaga maka pemberitaan miring yang bersifat hoaks bukan masalah yang berarti bagi lembaga, hanya saja lembaga memang perlu cakupan media dengan kuantitas dan kualitas yang lebih tinggi sehingga dapat menimbulkan kredibilitas yang baik ditengah-tengah masyarakat.

Kegiatan evaluasi merupakan acuan untuk menindaklanjuti kegiatan PR yang selanjutnya akan dilaksanakan. Pendapat tersebut sejalan dengan LeClair (2004:87) yang menyebutkan bahwa tindak lanjut dari hasil evaluasi adalah memiliki komitmen pada hasil evaluasi/kegiatan PR. Hasil tersebut harus menjadi acuan dalam memilah dan memilih apa yang menjadi potensi yang berdampak baik ataupun berdampak buruk dari kegiatan yang sudah dilaksanakan.

Menurut Cutlip, Center & Broom (2006:289) perkembangan teknologi yang berkembang memberikan perubahan terhadap digitalisasi penyampaian pesan kepada publik. Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi dinilai sudah menggunakan media digital dalam aktifitas kehumasannya. Mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan, meski dalam pelaksanaannya mungkin masih terbilang banyak kendala yang dihadapi dan tidak sesuai dengan rencana, adaptasi terhadap berkembangnya kemajuan zaman tidak bisa dilakukan dengan mudah mengingat lembaga pemerintahan seperti DPRD Provinsi Jawa Barat sebagai fungsi legislatif pemerintahan harus memberikan informasi secara transparan terhadap

publiknya dengan salah satu upaya yaitu aktivitas *media relations*.

Karakteristik praktisi PR dalam menjalankan aktivitas *media relations* yang beradaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini sejalan dengan penfapat Beal dan Strauss (2008:100) yang menyebutkan bahwa praktisi PR harus memiliki karakteristik yang memiliki insting komunikasi yang baik. Memiliki keterampilan komunikasi yang baik dapat dilakukan melalui media *online* yang sedang tren saat ini.

Perkembangan tersebut tentu berdampak pada praktik PR dan *media relations*. James (2007:138) menunjukkan, internet memberikan peluang bagi para praktisi PR dalam mengumpulkan informasi, memantau opini publik, terhadap isu-isu tertentu. Khususnya dalam kegiatan praktik *media relations*, praktisi PR dapat memanfaatkan beberapa kegiatan dengan menggunakan media *online*.

Konsekuensi yang dihasilkan dari kemajuan teknologi yang terjadi pada saat ini ialah perubahan terhadap sistem nilai dan norma komunikasi yang dilakukan dengan tidak melakukan tatap muka secara langsung. Abrar (2003:87-88) menyebutkan dua konsekuensi kultural, yakni perubahan hubungan sosial dan transformasi sosial. *Computered-mediated Communications* (CMC) membuat orang tidak berhubungan secara tatap muka, tetapi secara virtual melalui layar komputer dengan bentuk jaringan sehingga konstruksi sosialnya atas realitas bukan berdasarkan jaringan CMC, melainkan dalam CMC-nya Sendiri.

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi sudah melakukan aktivitas *media relations* yang cukup baik dengan konsep perencanaan, implementasi dan evaluasi. Ikatan yang dilakukan antara lembaga dengan media diikuti dengan pendekatan formal dan informal sehingga terjalin hubungan yang saling menguntungkan. Segala bentuk kekurangan dan kelebihan akan dijadikan bahan evaluasi untuk kegiatan *media relations* yang lebih baik di masa yang akan datang. Adaptasi dengan penggunaan media digital dan *online* sudah cukup baik dilakukan, hanya saja kendala-kendala teknis yang dihadapi dapat diselesaikan dengan adanya integritas, sinergi, dan kerjasama yang baik sebagai satu kesatuan organisasi.

## **PENUTUP**

Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi melakukan kegiatan publikasi melalui tahapan serta manajemen *media relations*, aktivitas tersebut bertujuan agar kegiatan publikasi dapat mencapai tujuan dan sasaran yang diharapkan oleh lembaga dengan baik. Proses dan



tahapan aktivitas *media relations* Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat SubBagian Humas Protokol dan Publikasi adalah sebagai berikut:

*Pertama*, perencanaan yang merupakan tahapan paling awal dalam sebuah aktivitas *media relations* Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat SubBagian Humas Protokol dan Publikasi adalah dengan menentukan target dan tujuan melalui program PELITA (Perencanaan Lima Tahun) sebagai perencanaan jangka panjang dan KAK (Kerangka Acuan Kerja) sebagai perencanaan jangka pendek, kemudian melakukan pemetaan sumber daya yang dimiliki dengan pembagian tim divisi kerja meliputi tim liputan, tim redaksi, dan tim produksi. Selanjutnya tim produksi yang sudah menyiapkan bahan informasi yang siap dipublikasikan kepada publik melakukan perjanjian kerjasama dengan media melalui kegiatan penandatanganan MOU (*Memorandum of Understanding*) sebagai bentuk perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yaitu antara media dengan lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat.

*Kedua*, tahap implementasi yang dilakukan dalam aktivitas *media relations* yang telah direncanakan dan jalinan kerjasama dengan media yang harus diverifikasi keabsahan media tersebut dengan sistem *online* yang disebut dengan SIVALEN (Sistem Validasi Lengkap), setelah terverifikasi dan terseleksi dengan baik, langkah selanjutnya ialah melakukan pendekatan formal dengan media. Pendekatan secara formal dengan kegiatan media gathering dilakukan dengan tujuan harmonisasi hubungan antara media dengan lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat, sedangkan media visit dilakukan berdasarkan fungsi monitoring dan pengawasan terhadap media. Pelaksanaan press conference dan press interview dilakukan ketika informasi yang diberikan masih kurang jelas dan masih membutuhkan klarifikasi dari pihak lembaga. Terakhir pendekatan informal dilakukan dengan menyimpan kontak pribadi dan melaksanakan kopi darat yang bersifat rileks.

*Ketiga*, Proses evaluasi audit kerjasama dalam aktivitas *media relations* adalah melihat indikator input dan output hasil dari kerjasama dengan media. Output dapat dilihat dari jumlah media yang bekerjasama dan jumlah berita yang dipublikasikan, sedangkan input dapat dilihat dari platform media analytics untuk melihat respon publik terhadap lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat.

Aktivitas *media relations* Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Sub-Bagian Humas Protokol dan Publikasi dalam kegiatan publikasi lembaga masih menghadapi beberapa rintangan, namun hal tersebut dapat diatasi dengan manajemen yang baik serta memanfaatkan sumber daya dengan maksimal. Segala bentuk inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan zaman harus diperhatikan agar citra positif serta transparansi lembaga dapat tercipta ditengah masyarakat dengan adanya kegiatan *media relations*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agoglia, J. (2003). PR, publicity and promotion. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Anggoro, L. (2005). Teori dan profesi kehumasan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, E. (2011). Komunikasi massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, A. (1984). Strategi komunikasi: Sebuah pengantar ringkas. Bandung: ARMICO.
- Badri, M. (2012). Social media relations: Strategi public relations di era Web 2.0. *Jurnal Risalah*, (21 April 2012).
- Beal, A., & Strauss, J. (2008). *Radically transparent: Monitoring and managing reputations online*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing, Inc.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective public relations* (9th ed.). Jakarta: Kencana.
- Darmastuti, R. (2012). *Media relations: Konsep, strategi, dan aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Iriantara, Y. (2008). *Media relations: Konsep, pendekatan, dan praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Iriantara, Y. (2011). *Media relations: Konsep, pendekatan, dan praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Iriantara, Y. (2019). *Media relations: Konsep, pendekatan, dan praktik* (Edisi revisi pertama). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- James, M. (2007). A review of the impact of new media on public relations: Challenges for terrain, practice, and education. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 8, 137–148.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik praktisi riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- LeClair, C. (2004). *Evaluating your association's strategic planning and implementation process: Meaningful management tool or smoke and mirrors?*. Artikel untuk OREA Centre for Leadership Development.
- Lindermann, W. K. (1997). *Guidelines and standards for measuring and evaluating PR effectiveness*. Gainesville, FL: Institute for Public Relations.
- Masriadi, S. (2019). *Media relations kontemporer: Teori dan praktik*. Jakarta: Kencana.
- Moloeng, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2005). *Manajemen public relations dan media komunikasi, konsepsi,*

- dan aplikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukarna. (2011). Dasar-dasar manajemen. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Suryadi. (2017). Peran teknologi informasi dan komunikasi terhadap tugas humas. Buletin LAPAN, 4(1). Diakses dari <https://majalah.lapan.go.id>.
- Wardhani, D. (2008). Media relations: Sarana membangun reputasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.

