

## **Strategi *Media Relations* Humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam Menjalankan Fungsi Publisitas pada Media Massa**

Noven Shevila Sheviola dan Popi Andiyansari

Universitas Teknologi Yogyakarta

[shevilanoven@gmail.com](mailto:shevilanoven@gmail.com)<sup>1</sup> dan [popi.andiyansari@gmail.com](mailto:popi.andiyansari@gmail.com)<sup>2</sup>

### ***Abstract***

*Maintaining favorable interactions with entities that disseminate information to the general public is a crucial aspect that must be addressed by individuals or parties tasked with public relations responsibilities. Media relations constitute a planned effort by public relations professionals to cultivate positive relationships with mass media outlets that serve as conduits of information to broad audiences. Leveraging these media relations can facilitate the work of public relations practitioners in expeditiously disseminating public information and reaching more extensive audiences. A qualitative methodological approach was employed in conducting this research. Furthermore, the descriptive approach, utilizing descriptive qualitative data, provides a detailed portrayal or description of the phenomenon or subject under investigation, specifically the media relations activities undertaken by the public relations division of the Sleman Regency Communication and Information Office in executing publicity through mass media channels. Data collection was accomplished through interviews and observations. This research aims to ascertain and delineate the media relations strategy employed by the public relations division of the Sleman Regency Communication and Information Office in fulfilling its publicity function through mass media, utilizing the six indicators outlined in Frank Jefkins' theory. The application of Frank Jefkins' theory will facilitate the public relations division's effective execution of media relations activities.*

***Keywords: Public Relations, Media Relations and Public Informations***

### **Abstrak**

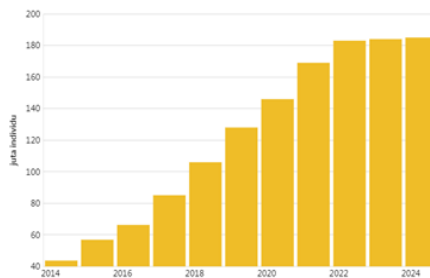
Memelihara interaksi yang baik dengan pihak-pihak yang menyebarkan informasi kepada masyarakat luas merupakan suatu aspek krusial yang harus diperhatikan oleh individu atau pihak yang bertugas menangani hubungan masyarakat. Media relations merupakan upaya membangun relasi bersama dengan badan-badan penyalur informasi kepada khalayak umum merupakan upaya terencana yang dilakukan oleh profesi hubungan masyarakat dalam membina interaksi positif dengan media massa. Memanfaatkan relasi dengan media ini dapat membantu memudahkan praktisi hubungan masyarakat dalam menjalankan tugasnya, yaitu menyebarluaskan informasi publik secara cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas. Metode kualitatif digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini. Selanjutnya, pendekatan deskriptif dengan jenis data deskriptif kualitatif memberikan penggambaran atau deskripsi secara terperinci mengenai suatu fenomena atau subjek yang dikaji terkait bagaimana kegiatan media relations yang dilakukan oleh humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman dalam menjalankan publisitas pada media massa. Wawancara dan observasi dilakukan untuk mengumpulkan data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi media relations humas Dinas Komunikasi dan Informatika

Kabupaten Sleman dalam menjalankan fungsi publisitas pada media massa dengan menggunakan enam indikator teori Frank Jefkins. Dengan menggunakan teori Frank Jefkins tersebut akan lebih memudahkan humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman dalam menjalankan kegiatan media relations dengan baik.

**Kata Kunci :** Public Relations, Media Relations dan Informasi Publik

## A. PENDAHULUAN

Di era perkembangan digital saat ini, lebih dari 50% masyarakat Indonesia menjadikan penggunaan internet sebagai kebutuhan sehari-hari. Hal ini sangat berpengaruh pada lifestyle masyarakat Indonesia yang semakin meningkat seiring berkembangnya teknologi. Kemajuan teknologi komunikasi memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam memperluas wawasan informasi dengan akses yang cepat dan tepat.<sup>1</sup> Kemampuan masyarakat Indonesia dalam mengakses media digital memberikan dampak pada sektor digital dengan meningkatnya jumlah pengguna internet terbanyak di dunia.<sup>2</sup> Menurut data, berdasarkan hasil survei We Are Social, bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 185 juta individu atau setara dengan 66,5% dari 278,7 juta penduduk nasional dan tercatat meningkat sebesar 0,8% lebih banyak dibandingkan dengan periode sebelumnya sebanyak 184 juta pengguna.



*Bagan 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)*

Menurut grafik di atas menunjukkan bahwa, dalam 10 tahun terakhir jumlah pengguna internet di Indonesia telah terus meningkat. Jika dibandingkan, jumlah orang yang menggunakan internet pada tahun 2014 dengan tahun 2024 jumlahnya saat ini bertambah hingga 141,3 juta individu yang menggunakan internet.<sup>3</sup>

Masyarakat Indonesia sangat diuntungkan oleh kemajuan teknologi komunikasi karena internet dianggap sebagai media komunikasi yang umum

<sup>1</sup> Kartika Nur Amalia dan Umar Halim, "Penggunaan Internet sebagai Media Pembelajaran," *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)* 1, no. 1 (2022): 37–48, <https://doi.org/10.35814/publish.v1i1.3496>.

<sup>2</sup> Kominfo, "Report Survei Status Literasi Digital Indonesia 2022," 2022, <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/ReportSurveiStatusLiterasiDigitalIndonesia2022.pdf>. Diakses pada 10 Maret 2024 Pukul 20.15

<sup>3</sup> Cindy Mutia Annur, "Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)," Databoks, 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>.

digunakan oleh masyarakat. Semua informasi yang tersedia bagi masyarakat dapat diakses sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Tidak hanya di kalangan masyarakat, internet juga dibutuhkan oleh lembaga-lembaga pemerintahan sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik.<sup>4</sup>

Dengan menggunakan teknologi komunikasi, media massa dan media sosial menjadi jalan keluar dalam penyampaian pesan kepada masyarakat luas. Media massa dan media sosial menjadi sarana penyebaran informasi kepada publik oleh lembaga pemerintahan. Salah satu lembaga pemerintahan yang menggunakan media massa sebagai sarana publisitas informasi publik adalah Diskominfo Kabupaten Sleman. Masyarakat Kabupaten Sleman merupakan target publik dalam penyebaran informasi. Diskominfo Kabupaten Sleman menggunakan media massa yang meliputi media sosial (*new media*) dan media konvensional (media cetak dan elektronik).

Pelaksanaan kegiatan publisitas dilaksanakan dengan keterbukaan informasi. Diskominfo Kabupaten Sleman menggunakan media sosial seperti *instagram* (@kominfo\_sleman) dengan jumlah pengikut 6.494 dan (@kabarsleman) dengan jumlah pengikut 73,1 ribu, *facebook* (Dinas Komunikasi dan Informaika Kabupaten Sleman) dengan jumlah pengikut 2.200, *X* (Kominfo Sleman) dengan jumlah pengikut 4.884, aplikasi (Lapor Sleman) dengan jumlah 1000 lebih pengguna, *website* (kominfo.slemankab.go.id) dan *youtube* (Sleman TV) dengan jumlah *subscriber* 8.630. Media sosial menjadi *platform* utama bagi masyarakat dalam hal menerima informasi.

Menurut data, penggunaan media sosial di Indonesia berkembang cukup pesat. Mengutip dari Data Reportal bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia terdapat 167 juta pengguna pada tahun 2023.<sup>5</sup> Menurut data survei,

---

<sup>4</sup> Fadli Al Faribi, Maria Ulfa Batubara, dan Universitas Dharmawangsa, "Penggunaan Internet Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Hukum Online Di Kantor Kejaksaan Negeri Bangka Selatan," *Jurnal Socialopinion* 7 (2022): 1–8, <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/1479/1316>.

<sup>5</sup> Agnes Z. Yonatan, "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026," Data Goodstats, 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>.

mengukur tingkat literasi digital Kabupaten Sleman ditunjukkan bahwa indeks literasi digital penduduk Kabupaten Sleman cukup baik (3,26). Pilar Keamanan Digital menerima skor tertinggi, 4,09, sedangkan Pilar Etika Digital menerima skor paling rendah, 2,52.<sup>6</sup> Hal ini memberikan peluang bagi pihak instansi dalam menjalankan fungsi publisitas pada media massa dengan adanya tingkat literasi digital masyarakat Kabupaten Sleman yang cukup baik. Berdasarkan data diatas, dengan meningkatnya literasi digital maka berpengaruh pada pola pikir masyarakat dalam penerimaan dan pemahaman informasi yang lebih mudah.

Melalui informasi yang disediakan, Diskominfo Kabupaten Sleman memobilisasi dukungan dari masyarakat, *stakeholder*, dan pihak terkait untuk mendukung kegiatan atau program tertentu yang dijalankan oleh pemerintah. Sangat penting bagi masyarakat untuk mengetahui tentang program pemerintah. Oleh karena itu, Diskominfo Kabupaten Sleman mendistribusikan program pemerintah dengan seluas-luasnya melalui media massa sehingga dapat menjadi penghubung komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat Kabupaten Sleman.

Humas Diskominfo Kabupaten Sleman melaksanakan kegiatan *media relations* dalam menciptakan hubungan dengan media sebagai wadah penyampaian pesan kepada masyarakat Kabupaten Sleman. Mengingat kebutuhan masyarakat Kabupaten Sleman terkait kemudahan memperoleh informasi, kegiatan *media relations* dalam hal ini menjadi salah satu pintu dalam memaksimalkan publikasi informasi pada media massa.

Meninjau data Laporan Pelaksanaan Tugas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman dalam kurun waktu 2022 dan 2023, khususnya terkait aktivitas Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik yang diselenggarakan Pemerintah Daerah, ditemukan presentase capaian sebagaimana tercantum dalam tabel di bawah ini.

---

<sup>6</sup> “Mengukur Tingkat Literasi Digital Masyarakat Kabupaten Sleman 2022,” Komunfo, 2023, <https://kominfo.slemankab.go.id/wp-content/uploads/2023/08/Mengukur-Tingkat-Literasi-Digital-Masyarakat-kab.-Sleman-2022-ebook.pdf> .

Indikator Kinerja	Tahun	Satuan	Target	Realisasi	%
Persentase masyarakat yang menjadi sasaran penyebaran informasi publik, mengetahui kebijakan dan program prioritas pemerintah dan pemerintah daerah kabupaten	2022	%	75	75	100
	2023	%	80	40	50

*Tabel 1 Target dan Realisasi Indikator Kinerja Program Informasi dan Komunikasi Publik*

Berdasarkan data yang ditampilkan, tingkat ketercapaian penyebaran informasi kepada masyarakat pada tahun 2023 mengalami penurunan hingga setengah dari capaian tahun sebelumnya, yakni 2022.<sup>7</sup> Oleh karena itu, Diskominfo Kabupaten Sleman akan lebih meningkatkan pencapaian target pada tahun 2024 hingga melebihi target yang ditetapkan pada tahun sebelumnya dengan mengupayakan masyarakat yang memahami dan mengetahui kebijakan pemerintah terkait program-program yang akan disampaikan kepada khalayak luas. Di samping itu, pada tahun lalu 2023, Diskominfo kabupaten Sleman dalam melaksanakan program-programnya memperoleh hasil survei terkait kepuasan masyarakat dari hasil kinerjanya dengan cukup baik. Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) milik Diskominfo Kabupaten Sleman Tahun 2023 (Semester 2) menghasilkan nilai 88,49 periode survei 1 September s.d. 15 November 2023 dengan jumlah responden 439 orang.<sup>8</sup>

Penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai pendekatan dan upaya yang diterapkan oleh praktisi hubungan masyarakat di lingkungan Diskominfo Kabupaten Sleman dalam melakukan publisitas dan menyebarluaskan informasi kepada khalayak melalui pemanfaatan media massa. Manfaat yang didapatkan dari melakukan penelitian ini yaitu sebagai sarana dalam menerapkan ilmu khususnya dalam strategi *media relations* dan penyebaran informasi pada media massa serta memberikan dampak positif bagi Diskominfo Kabupaten Sleman dalam melakukan strategi *media relations* humas dalam

<sup>7</sup> Kominfo, "Laporan Pelaksanaan Tugas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman Tahun 2022 2023 terkait Kegiatan Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Pemerintah Daerah atau Kota," 2023, [www.kominfo.slemankab.go.id/wp-content/uploads/2024/04/lppd-kominfo-2023-dan-lampiran-1.pdf](http://www.kominfo.slemankab.go.id/wp-content/uploads/2024/04/lppd-kominfo-2023-dan-lampiran-1.pdf).

<sup>8</sup> Kominfo Kabupaten Sleman, "Indeks Kepuasan Masyarakat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman Semester 2 Tahun 2023," n.d., <https://kominfo.slemankab.go.id/wajib-diumumkan-setiap-saat/nilai-IKM-sem-2-2023/>.

menjalankan fungsi publisitas pada media massa sehingga kegiatan penyebaran informasi program dan aktivitas pemerintah tersebar dengan cakupan yang lebih luas dan berjalan dengan optimal.

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan enam indikator dari Teori Frank Jefkins, sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik melayani media dengan baik yang dilakukan humas Diskominfo Kabupaten Sleman?
2. Bagaimana cara humas Diskominfo Kabupaten Sleman meningkatkan kepercayaan kepada media?
3. Bagaimana cara humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam memberikan salinan yang baik dan menarik pada media?
4. Bagaimana kerjasama humas Diskominfo Kabupaten Sleman dan media dalam menyediakan materi?
5. Apa saja fasilitas yang humas Diskominfo Kabupaten Sleman sediakan ketika media datang untuk menggali berita?
6. Bagaimana cara humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam membangun hubungan personal yang kokoh dengan media?

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

Setelah melakukan kajian literatur ditemukan beberapa penelitian sebelumnya terkait strategi kegiatan *media relations*. Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Ansar Suherman, Ikawati dan Muh. Hidayatullah (2023) yang berjudul “Strategi *Media Relations* Humas Polres Baubau dalam Menjalinkan Hubungan dengan Media Lokal di Kota Baubau”. Pada bagian pembedanya yaitu pada bagian tujuan dimana penelitian yang dilakukan oleh Ansar Suherman, Ikawati dan Muh. Hidayatullah (2023) lebih menekankan bagaimana mengembangkan strategi *media relations* humas Polres Baubau dalam menjalin hubungan dengan media lokal. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menekankan strategi *media relations* humas dalam menjalankan fungsi publisitas pada media massa.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Ansar Suherman, Ikawati, dan Muh. Hidayatullah, “Strategi *Media Relations* Humas Polres Baubau dalam Menjalinkan Hubungan dengan Media Lokal di Kota Baubau,” *Jurnal Audiens* 4, no. 3 (2023): 496–507, <https://doi.org/10.18196/jas.v4i3.114>.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Intan Widyasari dan Anindita Lintangdesi A. yang berjudul “Strategi *Media Relations* Greenpeace Indonesia dalam Meningkatkan Citra Organisasi”. Pada bagian pembedanya yaitu pada bagian tujuan penelitian yang dilakukan oleh Intan Widyasari dan Anindita Lintangdesi A. (2020) lebih menekankan meningkatkan citra organisasi dan perbedaan lainnya adalah pada bagian jenis penelitian yang berjenis subjektif kualitatif serta teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan studi literatur.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih menekankan bagaimana dalam menjalankan publisitas informasi pada media massa, jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.<sup>10</sup> Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Dimas Prayogi dan Agung Wijaya yang berjudul “Strategi Media Relation Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur dalam Peningkatan Sarana Informasi Publik”. Pada bagian pembedanya yaitu pada bagian tujuan penelitian yang dilakukan Dimas Prayogi dan Agung Wijaya (2022) adalah meningkatkan sarana informasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis mengetahui strategi *media relations* humas dalam menjalankan fungsi publisitas pada media massa.<sup>11</sup>

Berdasarkan paparan yang disebutkan diatas, penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi, sebab tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman serta menjabarkan secara rinci mengenai pendekatan dan upaya yang dilakukan dalam membina hubungan dengan media massa serta mendeskripsikan strategi *media relations* humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam menjalankan fungsi publisitas pada media massa dengan menggunakan enam indikator dari teori Frank Jefkins. Penelitian ini menggunakan teori *public relations* menurut Frank Jefkins (2003), *Public relations* atau hubungan masyarakat didefinisikan sebagai sebuah

---

<sup>10</sup> Intan Widyasari dan Anindita Lintangdesi A., “Strategi Media Relations Greenpeace Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Organisasi,” *Communication* 11, no. 2 (2020): 143, <https://doi.org/10.36080/comm.v11i2.1171>.

<sup>11</sup> Dimas Prayogi dan Agung Prawijaya, “Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur dalam Peningkatan Sarana Informasi Publik,” *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau* 2, no. 2 (2022): 115–31, <https://doi.org/10.33701/jtpm.v2i2.2824>.



bentuk komunikasi yang direncanakan dengan matang, baik komunikasi yang dilakukan di internal organisasi maupun dengan pihak eksternal, di mana sebuah organisasi berinteraksi dengan seluruh khalayak sasarannya untuk mencapai tujuan-tujuan khusus yang didasari oleh pemahaman bersama.<sup>12</sup>

Fungsi *public relations* dalam hal ini adalah menciptakan hubungan baik dengan pihak eksternal atau publiknya serta *public relations* memerlukan media massa untuk mempublikasikan informasi terkait program maupun kegiatan organisasi/instansi. Dengan demikian, memelihara hubungan dengan media mengurangi permasalahan dalam menyebarkan informasi pada media massa.<sup>13</sup>

Membangun relasi yang baik dengan pihak media menjadi tanggung jawab utama praktisi humas. Relasi yang saling menguntungkan ini tidak hanya penting untuk mendukung kesuksesan program-program humas, tetapi juga harus dijalin secara berkelanjutan, bukan hanya ketika organisasi tengah dilanda krisis. Sebaliknya, mereka dibangun secara konsisten agar masing-masing pihak dapat bekerja sama untuk kemajuan bersama. Terdapat enam indikator dari teori Frank Jefkins yang dilakukan oleh humas dalam melaksanakan kegiatan *media relations* dengan baik sebagai berikut :

1. *By serving the media* (memahami dan melayani media). *Public relations* harus mampu memberikan pelayanan yang baik dengan media. Misalnya, PR harus dapat bekerja sama dengan media dan membangun hubungan yang menguntungkan.
2. *By establishing a reputations for reliability* (membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya). Humas membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya, atau mempertahankan reputasi untuk dapat dipercaya. Misalnya, humas menyediakan bahan informasi yang akurat ketika diminta. Wartawan selalu mencari sumber berita terbaik dan akurat serta membangun hubungan timbal balik yang kuat.

---

<sup>12</sup> Citra Anggraini dan Yugih Setyanto, "Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana," *Prologia* 3, no. 2 (2019): 408, <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6373>.

<sup>13</sup> Prof. Dr. Soleh Soemirat dan M.Si Dr. Elvinaro Ardianto, *Dasar Dasar Public Relation* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2017).

3. *By supplying good copy* (menyediakan salinan yang baik). Peran humas dalam hal ini adalah menyajikan narasi atau bahan informasi yang menarik. Mereka menyediakan naskah yang baik, menggiurkan, dilengkapi dengan gambar atau foto beserta penjelasan yang memadai. Selain itu, mereka juga mengirimkan berita dalam kondisi siap terbit, dengan sedikit atau bahkan tanpa memerlukan penulisan ulang ataupun penyuntingan.
4. *By cooperations in providing material* (bekerjasama dalam penyediaan materi). Humas dan media bekerja sama dalam membentuk bahan informasi. Misalnya, humas membuat wawancara dengan orang yang diperlukan pers saat itu.
5. *By Providing verifications facilities* (menyediakan fasilitas verifikasi). Humas menyediakan fasilitas yang baik kepada media. Misalnya, humas memberikan fasilitas yang nyaman ketika media sedang menggali informasi.
6. *By building personal relationship with the media* (membangun hubungan personal yang kokoh). Hubungan personal yang kokoh antara humas dengan media, menciptakan keterbukaan informasi humas instansi dengan media serta menghormati profesi masing-masing.<sup>14</sup>

### **C. METODE PENELITIAN**

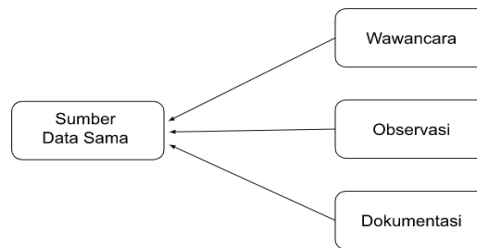
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, pendekatan deskriptif dengan jenis data kualitatif bertujuan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada strategi *media relations* humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam publisitas informasi. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik triangulasi meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Wawancara. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara sebagai pengumpulan data. Wawancara dilakukan dengan berdialog secara langsung kepada humas Diskominfo Kabupaten Sleman.

---

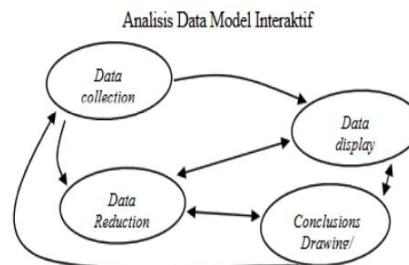
<sup>14</sup> Yoga Dhimas Mahendra, Drs. Buddy Riyanto, dan M.Si Dr. Herning Suryo Sardjono, "Aktivitas Media Relations Humas Polresta Surakarta Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Media," *Jurnal Universitas Slamet Riyadi*, 2020.

2. Observasi. Pada penelitian ini penulis melakukan tindakan observasi melalui media pengamatan dalam pengambilan informasi. Tindakan observasi melalui media massa yang digunakan oleh Diskominfo Kabupaten Sleman.
3. Dokumentasi. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang penting karena dokumentasi menjadi penyeimbang antara wawancara dan observasi sekaligus menjadi penguat data yang didapatkan dari wawancara dan observasi.



*Bagan 2 Teknik Triangulasi Data*

Menurut Milles dan Huberman (1992: 90), metode analisis yang digunakan dalam analisis kualitatif melibatkan empat tahapan. Tahap pertama adalah mengumpulkan data. Setelah itu, data yang terkumpul direduksi atau disaring. Tahap ketiga adalah menyajikan data tersebut. Langkah terakhir dalam proses ini adalah menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dari kesimpulan yang dibuat.



*Bagan 3 Metode Analisis Data*

Keterangan dari gambar diatas sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data. Pengumpulan data merupakan proses mengumpulkan informasi yang bertujuan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data merujuk pada penyampaian informasi dalam bentuk deskripsi lengkap, yang disusun berdasarkan temuan yang diperoleh. Data disajikan secara logis dan sistematis dengan menggunakan bahasa peneliti, sehingga lebih mudah dipahami. Dengan demikian, semua data yang diperoleh melalui

observasi, wawancara, dan analisis dapat digunakan untuk mendeskripsikan strategi hubungan media (media relations) yang diterapkan oleh divisi hubungan masyarakat Diskominfo Kabupaten Sleman dalam melaksanakan fungsi publisitas pada media massa.

2. Reduksi Data. Reduksi data adalah proses menyeleksi data yang telah diperoleh. Dalam tahap ini, informasi-informasi yang mendukung dan relevan dengan data penelitian akan dikumpulkan dan dicatat. Data yang tidak relevan akan dibuang atau tidak diikutsertakan dalam proses analisis selanjutnya. Dengan melakukan reduksi data, peneliti dapat memfokuskan diri pada data-data penting yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian.
3. Penyajian Data. Penyajian data merupakan bentuk uraian singkat yang berisikan bagan maupun grafik terkait informasi yang diperoleh serta kesimpulan yang terdapat pada penelitian kualitatif sehingga dapat membantu peneliti dalam menyelesaikan masalah yang terjadi.
4. Kesimpulan. Kesimpulan diambil dari data yang telah di analisis sehingga menghasilkan rangkuman yang dapat diuji validitasnya (kebenarannya).<sup>15</sup>

#### **D. HASIL PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan enam indikator yang berasal dari teori Frank Jefkins. Enam indikator tersebut digunakan sebagai acuan untuk mengukur dan menganalisis efektivitas kegiatan *media relations*. Subjek dari penelitian ini adalah humas Diskominfo Kabupaten Sleman. Dengan menggunakan enam indikator dari teori Frank Jefkins, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi dan praktik *media relations* yang diterapkan serta dampaknya terhadap hubungan antara humas Diskominfo Kabupaten Sleman dan media.

#### ***By Serving The Media (Memahami dan Melayani Media)***

---

<sup>15</sup> Pendidikan Agama, Islam Di, dan M A N Medan, "Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan," *Jurnal Penelitian, Pendidikan dan Pengajaran: JPPP* 3, no. 2 (2022): 147–53, <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>.

Dalam hal ini humas memiliki strategi melayani dan memahami media dalam arti seorang *public relations* harus selalu bersedia untuk memberikan pelayanan yang baik kepada media dan membantu memberikan informasi-informasi yang diperlukan oleh media dengan terbuka dan transparan.<sup>16</sup> Humas Diskominfo Kabupaten Sleman memiliki peranan penting dalam penyebaran informasi kepada publik. Pasalnya, dalam menjalankan kegiatan tersebut tidak lepas bantuan dari bidang-bidang lainnya. Seperti pada saat media menggali berita, humas Diskominfo Kabupaten Sleman bersifat terbuka dengan menanyakan kebutuhan isu yang akan diangkat serta menyiapkan narasumber serta data-data yang sesuai dengan isu yang akan diberitakan dengan terbuka, jujur, dan transparan.

Dalam kegiatan *media relations* memiliki target pencapaian dalam melaksanakan publikasi dengan maksimal sehingga sangat diperlukan menciptakan pemahaman yang sama dengan media. Kegiatan *media relations* memiliki beberapa tujuan yaitu menghasilkan publisitas informasi yang baik, mendapatkan feedback positif dari masyarakat terkait informasi yang diberikan, sebagai wadah dalam upaya pemberitaan informasi kepada media, dan yang terakhir mempengaruhi keberhasilan organisasi atau instansi dalam melaksanakan kegiatan.<sup>17</sup>

Selain itu, *media relations* memberikan manfaat simbiosis mutualisme antara humas dan media dengan kata lain tidak ada pertimpangan antara kedua belah pihak. Humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam menjalin hubungan baik dengan media tidak hanya bersifat formalitas saja, akan tetapi humas Diskominfo Kabupaten Sleman membangun suasana seperti sahabat dengan media sehingga tercipta kenyamanan. Tidak hanya itu, membangun hubungan baik dengan media memberikan insight positif terkait informasi terbaru yang didapatkan oleh media sehingga akan menambah pengetahuan terkait isu-isu terbaru.

---

<sup>16</sup> Erduandi, "Strategi Public Relation Dalam Membangun Hubungan Dengan Media Massa," *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 15, no. 2 (2018): 35–41.

<sup>17</sup> Lisa Rosalina dkk., "Analisis Aktivitas Media Relation dalam Model Public Relations (Studi Kasus pada Biro Humas Universitas Teknologi Sumbawa)," *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial* 1, no. 3 (2023): 113–28, <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i3.942>.

Strategi dalam memperkuat hubungan dan meningkatkan pemahaman bersama, humas Diskominfo Kabupaten Sleman menjaga hubungan internal dan eksternal dengan mengikutsertakan media dalam kegiatan yang sedang diadakan sehingga akan mempererat hubungan, komunikasi dan kebutuhan satu sama lain. Oleh karena itu, dalam membangun hubungan dengan media memberikan peluang yang baik yakni media memiliki power dalam menggiring opini publik, mengolah informasi, serta dalam kegiatan kehumasan sangat memerlukan media untuk publikasi informasi.

***By establishing a reputations for reliability (membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya)***

Membangun strategi dalam membentuk reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya merupakan upaya humas organisasi maupun instansi agar dipercaya oleh media dan masyarakat. Dengan menekankan kejujuran dan integritas, media pastinya juga akan memberikan perlakuan yang sama dengan memberikan berita yang berimbang, akurat, dan kredibel. Humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam memberikan materi pada kegiatan media relations terdapat beberapa macam yaitu *press release*, jumpa pers, *press tour*, dan wawancara pers.

*Press release* merupakan sebuah narasi informasi yang dibentuk oleh seorang humas dengan tujuan untuk di publikasikan pada media massa. Jumpa pers merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh instansi atau perusahaan atau adanya permintaan dari media untuk memberikan informasi terkait diselenggarakannya peristiwa penting. Jumpa pers telah dilaksanakan Diskominfo Kabupaten Sleman pada tanggal 20 Maret 2024, terkait Giat TPID Kabupaten Sleman dalam rangka stabilisasi harga dan pasokan menjelang hari raya idhul fitri 1445 H dan pasar lebaran yang bertempat di Pendopo Parasamya Pemkab Sleman. Pada kegiatan jumpa pers ini, media dapat menggali berita secara langsung serta dapat melakukan wawancara langsung dengan narasumber terkait.

Press tour juga merupakan kegiatan kunjungan wisata yang dilaksanakan oleh humas Diskominfo Kabupaten Sleman yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan media. Pada kegiatan ini, media memiliki ruang untuk

meliput secara langsung kegiatan atau event. *Press tour* digelar di Kelurahan Margoluwih, Kapanewon Sayegan, Kabupaten Sleman pada tanggal 20 Desember 2023. Kegiatan ini dilakukan dalam rangka penggalan informasi serta mempromosikan UMKM dan desa wisata yang berada di Sleman Barat.

Wawancara pers dilakukan media dengan wawancara langsung dengan pihak yang menyelenggarakan kegiatan yaitu humas Diskominfo Kabupaten Sleman bersifat lebih interpersonal guna menambah narasi informasi yang akan diberitakan.

Berdasarkan uraian di atas, humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam membentuk reputasi kepada media lebih dominan memanfaatkan peran kehumasan. Humas tidak hanya berperan dalam komunikasi internal, akan tetapi humas juga berperan dalam komunikasi eksternal. Seperti halnya, humas memiliki strategi komunikasi dengan media, melayani media, serta menyebarkan informasi yang dimiliki melalui media. Seiring berkembangnya zaman, humas Diskominfo Kabupaten Sleman juga memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan program, kebijakan, dan keberhasilannya sebagai humas.

Dalam melaksanakan tugasnya, humas Diskominfo Informatika Kabupaten Sleman mempunyai tanggung jawab pokok dan tujuan yang tertulis dalam undang-undang sehingga dalam melaksanakan tugasnya dengan bekerja profesional sesuai prosedural dan informasi yang dipublikasikan sudah terjamin kebenarannya. Terlepas dari membangun reputasi dengan menekankan peran kehumasan dan dengan menggunakan media sosial, humas Diskominfo Kabupaten Sleman berharap menghasilkan dampak positif sehingga akan mempermudah membangun relasi dengan media.

***By supplying good copy (menyediakan salinan yang baik)***

Strategi dalam menyediakan salinan yang baik dilakukan oleh humas Diskominfo Kabupaten Sleman dengan membuat release yang sesuai dengan kaidah jurnalistik. Yang perlu diperhatikan dalam penulisan *press release* yaitu menggunakan struktur standar *press release* yang mencakup judul (*headline*) yang menarik pembaca serta judul harus mampu menggambarkan konten yang akan

dimuat, teras (*lead*) yang berisi gambaran singkat tentang informasi yang akan disampaikan, dan isi (*body*) merupakan informasi umum yang digambarkan dengan memperhatikan aspek-aspek 5W 1H dan hindari menggunakan istilah khusus sehingga lebih mudah dipahami pembaca.

Dalam penyusunan *press release*, humas Diskominfo Kabupaten Sleman berkoordinasi dengan narasumber terkait dan bidang-bidang lainnya serta mengumpulkan data disertai gambar yang sesuai dengan isu yang akan diangkat. Dengan memperhatikan kaidah jurnalistik, sebuah *press release* akan memiliki nilai tersendiri dalam narasinya. *Press release* yang diterima oleh media dapat diolah kembali sesuai dengan kaidah komunikasi sehingga layak untuk di publikasikan. Dengan memberikan salinan yang baik sesuai dengan kaidah jurnalistik kepada media, akan memberikan kualitas narasi informasi yang akan dipublikasikan. Informasi yang telah dipublikasikan dapat diukur capaian komunikasi kepada publik dengan melakukan monitoring media massa dan media sosial dengan melihat pada kolom komentar sehingga dapat dilihat seberapa jauh jangkauan informasi diterima oleh publik. Monitoring dilakukan setiap hari sesuai dengan isu yang berkembang serta dari informasi yang dipublikasikan pada media sosial dan media massa menimbulkan pertanyaan dan isu dari masyarakat. Dengan demikian, melakukan monitoring media sangat penting dilakukan karena dapat meminimalisir *miss communication* dan perbedaan pemahaman antara informasi yang telah disampaikan.

***By cooperations in providing material (bekerjasama dalam penyediaan materi)***

Humas Diskominfo Kabupaten Sleman bekerja sama dengan media dalam menyediakan materi dengan memanfaatkan teknologi membentuk Forum Perkumpulan Jurnalis pada Grup *WhatsApp* sehingga lebih memudahkan dalam pertukaran informasi terkait materi yang akan dibentuk. Humas Diskominfo Kabupaten Sleman dibantu oleh bidang-bidang lainnya dalam penyediaan materi serta data-data yang menjadi penguat informasi yang akan diserahkan kepada media.

Humas Diskominfo Kabupaten Sleman menjadi penghubung antara pihak internal instansi dan eksternal serta berusaha memberikan pelayanan yang baik sehingga mengantisipasi jika terdapat isu negatif dan mencegah informasi yang bermakna ganda. Manfaat dari bekerja sama dalam penyediaan materi memberikan



dampak baik bagi media dan humas Diskominfo Kabupaten Sleman atau dapat dikatakan simbiosis mutualisme. Keduanya memiliki keuntungan yang sama dalam melakukan kegiatan *media relations*. Dalam melakukan kegiatan tersebut, tidak terjadi hambatan karena humas Diskominfo Kabupaten Sleman dan media saling berkoordinasi, menghargai pendapat satu sama lain serta saling percaya atas informasi yang diberikan.

***By Providing verifications facilities (menyediakan fasilitas verifikasi)***

Dalam memberikan fasilitas yang baik kepada media akan berpengaruh pada liputan yang akan dilakukan. Jika media merasa nyaman ketika datang menggali berita maka akan menghasilkan kualitas materi yang didapatkan. Humas Diskominfo Kabupaten Sleman memberikan pelayanan yang maksimal seperti memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh media dengan memberikan materi sesuai isu yang akan diangkat serta menghadirkan narasumber terkait.

Jika media yang datang menggali berita dalam jumlah besar, maka humas Diskominfo Kabupaten Sleman mengadakan jumpa pers (*press conference*) dan menghadirkan narasumber yang valid sehingga media akan secara langsung menggali informasi sedalam-dalamnya dengan narasumber yang telah dihadirkan. Selain itu, ketika media mempublikasikan informasi kepada publik, humas Diskominfo Kabupaten Sleman bekerja sama dalam monitoring atau pengawasan informasi yang sudah di publikasikan pada media sosial, media cetak serta media online dengan *stake holder* eksternal menjadi pihak ketiga sebagai analisis media.

Analisis media merupakan seseorang yang mempunyai tanggung jawab dalam menganalisis informasi yang telah dipublikasikan untuk mengetahui seberapa jangkauan yang didapatkan dan meningkatkan efektifitas pemberitaan serta menghasilkan evaluasi apakah informasi tersebut akan menjadi isu publik atau menjadi perbincangan masyarakat.

***By building personal relationship with the media (membangun hubungan personal yang kokoh)***

Upaya dalam membangun relasi personal yang baik dengan pihak media humas Diskominfo Kabupaten Sleman menstabilisasi hubungan internal instansi

dengan media. Membangun hubungan personal yang baik diharapkan dapat membentuk ikatan yang kuat antara humas Diskominfo Kabupaten Sleman dengan media dalam menjalankan tugas dan fungsi sebagai memberikan informasi kepada publik. Humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam membangun hubungan yang kokoh dengan media dapat mempengerahui cakupan dan pemahaman informasi yang disampaikan dengan menekankan beberapa prinsip yaitu integritas, jujur, disiplin dan terbuka. Integritas dalam halnya humas Diskominfo Kabupaten Sleman memiliki sikap konsisten atas apa yang menjadi tanggung jawabnya dalam bekerja. Dengan besikap integritas, dapat mendukung efektifitas dan kredibilitas humas Diskominfo Kabupaten Sleman dan media dalam menjalankan tugas.

Humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam mambangun hubungan dengan media sangat mengedepankan sikap kejujuran karena akan memberikan dampak positif yaitu membangun kepercayaan dengan media dan kejujuran menjadi bagian etika profesional dalam bidang hubungan masyarakat. Kepercayaan merupakan hal yang penting untuk memastikan informasi yang diberikan diterima dengan baik dan dianggap kredibel. Selain itu, kejujuran dapat menghindari krisis informasi yang tidak akurat serta mencegah kesalahpahaman dan potensi krisis komunikasi sehingga dapat merusak reputasi instansi.

Disiplin dalam menjalankan tugas dapat mendukung efektifitas komunikasi dan reputasi organisasi. Tidak hanya itu, tindakan disiplin membantu humas Diskominfo Kabupaten Sleman mengelola waktu dengan baik. Tugas humas Diskominfo Kabupaten Sleman memastikan bahwa dapat memenuhi waktu media pada saat menggali berita dan merespons media atas permintaan infomasi dengan cepat. Disiplin mencerminkan bahwa humas Diskominfo Kabupaten Sleman memiliki profesionalitas dalam bekerja. Profesionalitas ini dihargai oleh media karena dianggap dapat membantu dalam membangun hubungan kerja yang positif dan produktif serta jangka panjang. Membangun hubungan personal dengan media harus bersikap terbuka karena memiliki beberapa alasan yaitu transparansi, kepercayaan, dan efektifitas komunikasi antara humas Diskominfo Kabupaten Sleman dengan media. Selaku Organisasi Perangkat Daerah, humas memberikan

informasi yang media dan publik minta terkecuali informasi yang dikecualikan oleh undang-undang.

Berdasarkan Undang-Undang PPID, humas Diskominfo Kabupaten Sleman mengelola dan mendokumentasikan informasi terkait kegiatan dan kinerja badan publik kemudian serahkan kepada media dengan terbuka dan transparan. Dengan bersikap terbuka dan transparan kepada media, dapat menghindari spekulasi dan isu-isu yang dapat merugikan instansi. Humas Diskominfo Kabupaten Sleman dapat membangun relasi yang baik bersama dengan pihak media dengan diiringi keterbukaan. Hubungan keduanya lebih kuat dan lebih produktif dalam memproses informasi kepada publik sehingga mendukung tujuan komunikasi keduanya.

Berdasarkan uraian diatas, dapat meminimalisir konflik kepentingan antara humas Diskominfo Kabupaten Sleman dengan media. Selama humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam menjalin hubungan dengan media tidak pernah terjadi konflik dikarenakan keduanya saling bekerja secara profesional dan berusaha mematuhi etika yang berlaku. Sebagai humas dan media, memiliki tugas dan fungsi serta batasan sehingga dalam melaksanakan pekerjaan selalu dalam batas aturan. Misalnya, apabila terjadi konflik antara humas Diskominfo Kabupaten Sleman dan media, sebagai seorang humas harus proaktif dalam menyelesaikan masalah tersebut. Komunikasi penting dilakukan agar tercipta pemahaman satu sama lain dan dapat mencegah terjadinya konflik.

## **E. PENUTUP**

Studi yang dilakukan menunjukkan bahwa Diskominfo Kabupaten Sleman dalam menerapkan strategi hubungan dengan media (media relations) telah melaksanakan enam indikator dari teori yang dikemukakan oleh Frank Jefkins, yaitu:

1. *By servicing the media* (memahami dan melayani media), humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam melayani kebutuhan media sudah baik serta bersifat terbuka, jujur dan transparan.
2. *By establishing a reputations for reliability* (membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya), hal ini humas menekankan sikap integritas dan selalu memberikan informasi yang akurat, berimbang dan kredibel.
3. *By supplying good copy* (menyediakan salinan yang baik), dengan menggunakan kaidah jurnalistik sehingga informasi yang dibuat memiliki narasi yang layak untuk dipublikasikan.
4. *By cooperations in providing material* (bekerja sama dalam penyediaan materi), dalam hal ini humas Diskominfo Kabupaten Sleman bekerja sama dengan media dalam memuat informasi sehingga memberikan liputan yang berkualitas.
5. *By providing verifications facilities* (menyediakan fasilitas verifikasi) kepada media dengan memberikan segala kebutuhan liputan dengan memberikan data-data yang sesuai dan narasumber terkait.
6. *By building personal relationship with the media* (membangun hubungan personal yang kokoh) akan memberikan keuntungan kedua belah pihak sehingga akan memudahkan dalam berkomunikasi serta menciptakan pemahaman bersama.

Berdasarkan enam indikator tersebut, humas Diskominfo Kabupaten Sleman dalam melaksanakan strategi *media relations* sudah berjalan dengan optimal serta dengan melakukan kegiatan *media relations* memberikan kemudahan Diskominfo Kabupaten Sleman dalam mempublikasikan informasi publik dengan jangkauan yang lebih luas.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dr. Eriyanto, M.Si. *Metode Komunikasi Visual Dasar Dasar dan Aplikasi Semiotika Sosial untuk Membedah Teks Gambar*. PT REMAJA ROSDAKARYA, t.t.
- Drs. Alex Sobur, M.Si. *Semiotika Komunikasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA, t.t.
- Fatimah. *Buku Semiotika ILM Fatimah.pdf*. TallasaMedia, t.t.

- Hidayah, Luthfi. “Analisi Desain Komunikasi Visual Dakwah Pada Akun Instagram @NUONLINEJATIM Sebagai Media Dakwah di Era Digital” 03, no. 01 (2023).
- Islami, Fahma. “GENERASI MUDA DAN DAKWAH: PERAN STRATEGIS DALAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT.” *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 5, no. 02 (27 Desember 2019): 191. doi:10.32678/lbrmasy.v5i02.4220.
- Muntazori, Ahmad Faiz. “Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim dalam Poster Digital.” *Human Narratives* 1, no. 2 (28 Agustus 2020): 88–102. doi:10.30998/hn.v1i2.351.
- . “Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim dalam Poster Digital.” *Human Narratives* 1, no. 2 (28 Agustus 2020): 88–102. doi:10.30998/hn.v1i2.351.
- Mustafa, Mutakhirani, dan Irma Syahriani. “ANALISIS SEMIOTIKA POSTER ‘AYO, LINDUNGI DIRI DAN KELUARGA DARI COVID-19’” 12, no. 2 (2021).
- Nawiroh Vera. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA, t.t.
- Ni'mah, Nilnan. “DAKWAH KOMUNIKASI VISUAL.” *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (16 Desember 2016). doi:10.21580/icj.2016.1.1.1241.
- Nugraha, Arini Asyifa, Arief Johari, dan Gumilar Pratama. “Analisis Poster Film Turning Red dalam Teori Semiotika Roland Barthes,” t.t.
- Rahmawati, Cut Dian, Hasan Busri, dan Moh Badrih. “Makna Denotasi dan Konotasi Meme Dalam Media Sosial Twitter: Kajian Semiotika Roland Barthes” 10, no. 2 (2024).
- Sirumapea, Agustinus, Syaipul Ramdhan, dan Siti Aisah. “Film Animasi 3D ‘Pemuda yang Hatinya Bergantung pada Masjid.’” *Academic Journal of Computer Science Research* 3, no. 1 (15 Januari 2021). doi:10.38101/ajcsr.v3i1.317.
- Syafriani, Desi. “ANALISIS SEMIOTIKA PADA POSTER LARANGAN ZINA DAN MAKSIAT DI TAMAN BATANG AGAM KOTA PAYAKUMBUH” 2, no. 1 (2023).

- Triantoro, Dony Arung. "DA'WAH AND PIETY: THE STUDY OF THE TERAS DAKWAH MOVEMENT IN YOGYAKARTA" 20, no. 2 (2018).
- Wibowo, Ari. "Digitalisasi Dakwah di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual," t.t.
- . "DIGITALISASI DAKWAH DI MEDIA SOSIAL BERBASIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL," t.t.
- Yusuf Nugroho Sujarwo. "Metode Dakwah Komunitas Anak Mesjid Terhadap Remaja Milenial di Kota Palangka Raya," t.t.
- Zharandont, Patrycia. "PENGARUH WARNA BAGI SUATU PRODUK DAN PSIKOLOGIS MANUSIA," t.t.
- Zulaecha, Nikita Nur, Biela Nanda Oktivibi Pertiwi, dan Husna Nashihin. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Dakwah Digital dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial di Instagram (Ustadz Hanan Attaki)," t.t.