



Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam Meningkatkan Citra Instansi

Bambang Sujarwadi¹, Dhety Chusumastuti², Aliyya Tsabita Hernindita³

¹⁻³ Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta

* Penulis Korespondensi: dhety@mmtc.ac.id

Abstract. *This research discusses the media relations strategy of Sleman Regency Government Public Relations in improving the image of government. The Sleman Regency Government Public Relations has carried out a media relations strategy in maintaining information that is open the public, but there are still challenges in the form of newa with negative tones and delay in public relations in responding to developing issues, this has an impact on reducing the government image. This research aims to find out how the media relations strategy implemented by the Sleman Regency Government Public Relations in improving the image of the government. This research uses descriptive qualitative research methods with data collection techniques conducted through observation, interviews, and documentation. The theoretical approach used in this research is based on the theory of media relations strategy proposed by Yosol Iriantara, namely managing relationships, developing relationship strategies, and developing networks. The result obtained show that Sleman Regency Government Public Relation has implemented Yosol Iriantara's media relations strategy theory, by implementing three strategic processes. The first point is managing relationship by carrying out supporting activities for media relations press conference, press tour, and press gathering, the second point is developing a relationship strategy by maintaining interpersonal communication with the media and using various media as needed in delivering information, the third process is developing networks by maintaining relationship and collaborating with professional journalist organizations. This research show that maintaining communication relationship with media partner is very important to maintain and improve public perceptions of government.*

Keywords: *Government; Government Image; Government Public Relations; Media Relations; Sleman Regency*

Abstrak. Penelitian ini membahas tentang strategi media relations Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam meningkatkan citra instansi. Humas Pemerintah Kabupaten Sleman telah melakukan strategi media relations dalam menjaga informasi yang terbuka kepada publik, namun masih ditemukannya tantangan berupa adanya pemberitaan dengan tone negatif serta keterlambatan humas dalam merespons isu yang berkembang, hal ini berdampak pada penurunan citra instansi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi media relations yang dilaksanakan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam meningkatkan citra instansi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teori strategi media relations yang dikemukakan oleh Yosol Iriantara yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi relasi, dan mengembangkan jaringan. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Sleman telah menerapkan teori strategi media relations Yosol Iriantara, dengan melaksanakan tiga poin strategi. Poin pertama mengelola relasi dengan melaksanakan aktivitas pendukung media relations press conference, press tour, dan press gathering, poin kedua yaitu mengembangkan strategi relasi dengan cara memelihara komunikasi interpersonal dengan media dan menggunakan berbagai media sesuai kebutuhan dalam penyampaian informasi, poin ketiga mengembangkan jaringan dengan menjaga hubungan dan menjalin kerja sama dengan organisasi profesi wartawan. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menjaga hubungan komunikasi kepada mitra media sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan persepsi masyarakat terhadap pemerintahan.

Kata Kunci: Citra Pemerintah; Humas Pemerintahan; Kabupaten Sleman; Media Relations; Pemerintah

1. PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat yang biasa disebut Humas merupakan bagian penting pada sebuah instansi maupun pemerintahan. Humas penting bagi pemerintahan sebagai upaya penciptaan serta penjagaan citra, dengan melakukan komunikasi yang baik pada tugasnya, humas dapat memberikan manfaat bagi masyarakat maupun bagi instansi pemerintahan. Humas dapat menjadi jembatan penghubung antara organisasi maupun instansi kepada publik merupakan fungsi utama praktisi humas. Humas senantiasa bertanggungjawab dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk mendapatkan kepercayaan serta dukungan publik. Oleh sebab itu, humas membutuhkan bantuan media untuk mempercepat penyebaran informasi secara merata kepada masyarakat. Humas menurut Grunig dan Hunt (1984) dalam Gora (2019) adalah bagian dari manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. Sementara

Terdapat tiga prinsip kehumasan menurut Kriyantono (2021) yaitu membangun relasi, *telling the truth* (mengatakan kebenaran), dan *building trust* (membangun kepercayaan) dan akhirnya bisa mempersuasi atau mempengaruhi orang lain. Menurut Sambo (2019:21) saat ini praktisi humas sedang berlomba-lomba dalam menjaga serta meningkatkan citra dengan memanfaatkan relasi awak media, yaitu memilih wartawan atau media massa sebagai partner media. Terdapatnya peran dari media, humas mampu menyampaikan serta memberikan informasi kepada masyarakat dengan tepat dan cepat. Dengan demikian, pengelolaan relasi kepada media merupakan hal yang penting sebagai penunjang aktivitas humas. Sambo (2019:2) menyatakan bahwa *media relations* merupakan sebuah hubungan timbal balik yang terjalin oleh lembaga maupun instansi dengan media massa dalam makna yang luas. Humas dan media akan saling mendukung dan mempengaruhi, hubungan efektif antara keduanya dapat membantu mencapai tujuan komunikasi dan reputasi yang diinginkan (Muktiyo, 2024). Tujuan dari kegiatan *media relations* pastinya selaras dan memiliki keterkaitan dengan tujuan instansi, dengan dukungan *media relations* menjadi wadah pendukung terwujudnya tujuan instansi.

Pemerintah Kabupaten Sleman sebagai lembaga yang dibentuk dari amanat masyarakat Kabupaten Sleman memiliki tugas memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat. Pemerintah Kabupaten Sleman memiliki struktur hierarki humas yang kini disebut sebagai Protokol dan Komunikasi Pimpinan pada Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman. Humas maupun Prokompim memiliki tugas untuk membantu Bupati maupun pimpinan Kabupaten Sleman dalam melaksanakan segala program kerja sesuai dengan visi misi yang telah ditetapkan.

Salah satu kegiatan kehumasan yang dijalankan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam menyalurkan informasi kepada masyarakat melalui kegiatan *media relations* dengan kalangan pers sebagai pengelola media. Kegiatan ini guna memperoleh dukungan serta kepercayaan publik. Swaryputri (2020:18) mengatakan bahwa citra merupakan sebuah konsep yang bersifat abstrak dan tidak terukur dengan tepat, tetapi bisa dirasakan dengan melihat penilaian publik serta perkembangan opini masyarakat mengenai suatu lembaga. Berdasarkan data yang dikutip melalui setda.slemankab.go.id bahwa Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Pemerintah Kabupaten Sleman meraih nilai 85,45 dengan nilai kategori mutu pelayanan sangat baik berdasarkan peraturan BKN tahun 2016.

Dengan beberapa prestasi yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Sleman, membuat Pemerintah akan terus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dan senantiasa melibatkan para media dalam memberikan dan penyampaian informasi. Namun, di tengah usaha Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam menjaga keterbukaan informasi, masih terdapat pemberitaan dengan *tone* negatif dengan kurangnya respons humas dalam merespons isu yang beredar.

Pemerintah Kabupaten Sleman, melalui bagian Humas maupun Protokol dan Komunikasi Pimpinan, telah melakukan upaya aktivitas *media relations* seperti *press release*, *press conference*, *media gathering*, dan *press tour*. Namun, strategi upaya tersebut dalam membentuk citra instansi Pemerintah perlu adanya kajian lebih dalam mengenai bagaimana secara menyeluruh mengenai strategi *media relations* yang dilaksanakan oleh humas Pemerintahan Kabupaten Sleman untuk meningkatkan citra instansi pemerintahan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Media Relations

Media relations dapat didefinisikan sebagai proses hubungan masyarakat untuk mencapai liputan media yang maksimal atas aktivitas organisasi, (Reddi, 2020). *Media relations* merupakan aktivitas yang dilakukan oleh bidang kehumasan yang berhubungan dengan media massa. Kegiatan *media relations* dilaksanakan dengan tujuan agar pihak instansi mendapatkan publisitas positif, hingga dapat mengelola citra publik dan mencapai tujuan komunikasi instansi. Media massa mempunyai makna yang penting bagi setiap instansi maupun organisasi, karenanya media massa sebagai saluran untuk menyampaikan informasi maupun publikasi kepada masyarakat luas dengan cepat dan tepat sasaran. Kustiawan, dkk. (2024) mengatakan bahwa *media relations* merupakan komunikasi humas dalam menjalin

sebuah pengertian maupun hubungan baik kepada media massa dengan tujuan publikasi organisasi yang berimbang dan maksimal.

Media relations memiliki strategi yang harus dilakukan yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi relasi, dan mengembangkan jaringan (Iriantara, 2019: 91-113). **Mengelola relasi** dengan sebaik mungkin bersama media merupakan hal yang amat penting sebagai penunjang aktivitas kehumasan dalam menjaga hubungan baik dengan media. Hal ini memiliki tujuan agar instansi dapat melakukan komunikasi sebaik mungkin kepada masyarakat dengan didukung oleh media dalam penyampaian informasi secara cepat dan aktual. Maka dari itu, pembangunan relasi menjadi prioritas utama humas kepada media. Dalam pelaksanaan mengelola relasi media relations, humas perlu melaksanakan berbagai aktivitas pendukungnya. Menurut Sambo (2019:13-16) terdapat beberapa kegiatan yang berkaitan dengan media relations, yaitu *Press Conference*, *Presss Tour*, *Press Gathering*, *Presss Up Grading*.

Press Conference merupakan suatu pertemuan khusus dengan pihak press dengan format resmi maupun sengaja diselenggarakan oleh humas yang bertindak sebagai narasumber dalam upaya menjelaskan suatu rencana maupun permasalahan tertentu yang tengah berjalan.

Press Tour merupakan kegiatan yang melibatkan berbagai wartawan yang berasal dari berbagai media massa yang memiliki kerja sama dengan humas instansi. Dengan menjaga hubungan baik oleh media pada press tour, wartawan akan diajak untuk wisata kunjungan ke suatu event khusus ataupun kunjungan ke luar kota bersamaan dengan pejabat instansi atau pemimpin perusahaan sebagai pihak instansi. Kegiatan itu akan dijalankan lebih dari satu hari, untuk media meliput acara yang berlangsung mengenai kegiatan tersebut.

Press Gathering merupakan kegiatan pertemuan press dengan format acara informal. Kegiatan ini bertujuan untuk membentuk suatu hubungan baik antara pihak humas dan wartawan media massa dalam suatu acara sosial maupun aktivitas menghibur.

Presss Up Grading merupakan pelatihan maupun seminar yang diberikan lembaga maupun organisasi kepada wartawan. Kegiatan ini bertujuan agar tercipta pemahaman yang sama antara wartawan dengan isu-isu yang disampaikan oleh perusahaan maupun lembaga.

Mengembangkan Strategi Relasi melalui kegiatan media relations terhadap media massa harus mempertimbangkan aspek teknis maupun pelayanan yang baik bagi media massa. Menurut Sambo (2019: 20-24) terdapat sejumlah prinsip umum yang harus diperhatikan oleh humas dalam mewujudkan strategi pembinaan relasi positif kepada media massa.

Pertama, memahami dan memberikan pelayanan yang baik kepada media. Humas harus dapat menciptakan jalinan kolaborasi dengan media dan juga membangun relasi yang timbal-balik dengan sifat yang menguntungkan.

Kedua, membangun reputasi sebagai orang terpercaya. Praktisi humas wajib untuk senantiasa memenuhi kesiapan sebagai penyedia berbagai materi dengan seakurat mungkin, kapan pun perihal ini diperlukan, humas harus siap untuk menyampaikan kepada media sebagai sumber informasi terpercaya oleh jurnalis. Sehingga komunikasi yang baik akan selalu terjaga.

Ketiga, menyediakan salinan naskah informasi yang baik. Dengan berkembangnya teknologi, praktisi humas harus selalu siap tanggap dalam segala informasi yang diinginkan oleh media. Seperti arsip materi serta dokumentasi, hal ini harus disiapkan dengan baik, cepat dan jelas sehingga media dapat menerima dengan baik.

Keempat, bekerjasama dalam menyediakan bahan informasi. Humas serta jurnalis media dapat melakukan kerja sama mengenai persiapan suatu event wawancara bersama seorang narasumber. Dalam penyediaan bahan informasi yang aktual menjadi sangat penting agar pemberitaan yang dikeluarkan mendapatkan persepsi yang bervariasi melalui isi materi.

Kelima, menyediakan fasilitas verifikasi. Humas harus memberikan kesempatan kepada jurnalis untuk melakukan verifikasi terkait segala materi. Dalam hal ini, para jurnalis diizinkan dan diberi fasilitas untuk mengamati secara langsung kegiatan maupun keadaan instansi yang akan diberitakan.

Keenam, membangun hubungan personal dengan media. Membangun relasi personal yang positif bisa menjaga kerja sama, keterbukaan informasi, serta sikap untuk memberikan rasa hormat pada setiap profesi sebagai bagian dari suatu instansi. Dengan membangun hubungan personal, humas harus sering melakukan perbincangan dengan pihak media.

Mengembangkan Jaringan menjadi faktor yang penting pada kegiatan media relations. Menjaga hubungan baik dengan wartawan amat diperlukan supaya jejaring media massa semakin luas dan berkembang. Berhubungan baik pada profesi di luar organisasi terkait dunia komunikasi amat perlu diperhatikan pula, karena hal ini akan berdampak baik kepada *networking* profesi kehumasan.

Citra

Citra merupakan reputasi yang berarti sebuah perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, organisasi, maupun instansi. Citra merupakan hal yang diperhatikan oleh organisasi maupun instansi, karena dengan citra yang positif akan memberikan dukungan publik yang baik. Citra merupakan bagaimana cara pihak lain memandang sebuah instansi, organisasi maupun perusahaan. Citra dapat disebut sebagai kesan yang sengaja dibentuk suatu instansi. Citra akan terbentuk berdasarkan pengetahuan maupun informasi yang diterima oleh seseorang. Maka dari itu komunikasi menjadi hal yang penting untuk diperhatikan.

Menurut Sutojo (dalam Sabrina, 2019:27) pada pembentukan citra instansi pemerintah maupun perusahaan dalam benak masyarakat terhadap pemerintah maupun perusahaan dapat diukur dengan beberapa indikator penilaian citra yaitu Kesan, Kepercayaan, dan Sikap. **Kesan** yang didapatkan oleh publik mengenai pemerintah merupakan salah satu indikator yang digunakan sebagai alat pengukur citra. Kesan mengenai pelayanan dan program dapat melihat bagaimana citra perusahaan di mata masyarakat. **Kepercayaan** yang timbul pada masyarakat dikarenakan adanya suatu rasa percaya kepada pihak lain yang memiliki kualitas meningkat, seperti tindakan yang konsisten, kompeten dalam pekerjaan, jujur, adil, bertanggung jawab, merata dan rendah hati. **Sikap** masyarakat dapat menunjukkan bagaimana masyarakat menilai pemerintah. Dengan sikap masyarakat yang baik, maka citra pemerintah tersebut baik. Begitu sebaliknya, jika sikap yang ditunjukkan oleh masyarakat negatif, maka dari itu citra perusahaan maupun instansi kurang dimata publik.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan penelitian Kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kualitatif merupakan suatu teknik penelitian yang berlandaskan positivisme yang mengkaji keadaan suatu yang alamiah dengan menggunakan peneliti sebagai instrumen utamanya. Metode deskriptif meneliti mengenai pemahaman terhadap fenomena yang dialami subjek penelitian. Dalam metodologi ini diharapkan dapat menghasilkan data yang terurai dan lebih mendalam terkait dengan topik maupun tema yang dibahas.

Dalam memperoleh data penulis menggunakan pendekatan triangulasi, observasi, wawancara, dan dokumentasi yang digunakan secara bersama untuk memperoleh data. Penelitian ini partisipan dikumpulkan dengan metode *purposive* sampling. *Purposive* sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019:85). Indikator kriteria yaitu staf Humas Pemerintah Kabupaten Sleman yang telah bekerja dalam kurun waktu 3 tahun dan bertanggung jawab dalam kegiatan *media relations*. Subjek penelitian ini sebanyak 3 informan. Informan yang dipilih yaitu Bapak Aris Herbandang, S.I.P, M.T Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan, Ibu Nima Hikmawati, S.I.Kom, MPA dan Bapak Teguh Widijianta, S.I.Kom selaku staf Komunikasi Pimpinan.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan melakukan tiga proses utama yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2019:246). Dalam penelitian ini uji keabsahan data menggunakan cara triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, yaitu upaya dalam mendapatkan

data dari sumber yang beragam dengan menggunakan teknik serupa. Pada triangulasi sumber penulis memverifikasi data dengan mengambil informan sebanyak 2 wartawan media partner Humas Pemerintah Kabupaten Sleman yaitu Bapak Hasto wartawan Kedaulatan Rakyat dan Ibu Nila wartawan Bernas.id.

3. PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakan proses penelitian melalui kegiatan observasi dan wawancara peneliti akan menjelaskan lebih lanjut mengenai hasil penelitian berdasarkan data yang telah diperoleh. Humas Pemerintah Kabupaten Sleman telah melaksanakan strategi media relations dalam upaya meningkatkan citra instansi. Strategi media relations yang dilaksanakan Humas Pemerintah Kabupaten Sleman sebagai upaya dalam meningkatkan citra instansi dijabarkan sebagai berikut.

Mengelola Relasi

Dalam mengelola relasi, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman melakukan beberapa aktivitas pendukung *media relations* yang telah dilaksanakan. Dalam teori yang digunakan oleh peneliti terdapat 4 aktivitas *media relations* menurut Sambo (2019:13-16), Humas Pemerintah Kabupaten Sleman telah melaksanakan 3 dari 4 aktivitas yang telah dikemukakan yaitu *Press Conference*, *Press Gathering*, dan *Press Tour*.

Humas Pemerintah Kabupaten Sleman melakukan aktivitas *media relations press conference* dengan diferensiasi kegiatan formal menjadi informal. Kegiatan dikemas menjadi informal dengan mengundang rekan-rekan wartawan untuk melakukan jumpa pers dengan mengunjungi langsung program yang sedang dilaksanakan. Kegiatan ini dirancang oleh Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dengan melihat isu maupun topik yang sedang hangat di masyarakat. Salah satu contoh kegiatan yang telah berjalan adalah melakukan jumpa pers dengan memancing bersama yang dilaksanakan pada 19 Februari 2025, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman mengundang rekan wartawan untuk memancing bersama terlebih dahulu, dengan dilanjutkan jumpa pers bersama pejabat yang bersangkutan mengenai topik potensi perikanan di Kabupaten Sleman.

Kegiatan *press tour* dirancang oleh Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dengan mengundang wartawan untuk wisata kunjungan luar kota maupun dalam kota, dengan harapan wartawan dapat mempublikasikan mengenai potensi yang ada saat kunjungan dilaksanakan. Kegiatan *Press Tour* dilaksanakan Humas Pemerintah Kabupaten Sleman sebanyak 2 kali pada tahun 2024 yaitu *Press Tour* luar kota pada 1-4 Juli 2024 bertujuan ke Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dan *Press Tour* Dalam kota yang dilaksanakan pada 7 September 2024 dengan

mengunjungi potensi wisata Sleman Barat, wartawan diajak untuk menikmati bersama wisata yang ada dengan harapan bahwa wisata tersebut dapat menjadi sebuah berita informasi untuk wartawan publikasikan kepada masyarakat dan pada *press tour* yang dilaksanakan pada saat berkunjung ke Pemerintah Kabupaten Banyuwangi yaitu memiliki tujuan agar media dapat memberikan informasi mengenai kerja sama Pemerintah Kabupaten Sleman dan Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam pengembangan *Ecotourism*.

Press Gathering dilaksanakan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Sleman melalui penyelenggaraan *event* kerja sama antara humas dengan wartawan. Kegiatan yang dilakukan rutin pada setiap tahun yaitu kegiatan perayaan Hari Pers Nasional, *event* tersebut melibatkan kerja sama humas, wartawan, dan pimpinan di Pemerintah Kabupaten Sleman. Kegiatan Hari Pers Nasional dilaksanakan pada tahun 2024 dengan melaksanakan bakti sosial dan donor darah massal dan *event* Hari Pers Nasional pada tahun 2025 dikutip dari slemankab.go.id dilaksanakan dengan menggelar bakti sosial, donor darah gratis, senam, dan jalan sehat massal.

Mengembangkan Strategi Relasi

Dalam mengembangkan strategi relasi Humas Pemerintah Kabupaten Sleman telah melaksanakan sejumlah prinsip umum yaitu yang pertama **Memahami dan memberikan pelayanan yang baik kepada media**. Humas Pemerintah Kabupaten Sleman telah melakukan pelayanan yang baik kepada wartawan dengan memberikan fasilitas yang dibutuhkan dan memberikan pelayanan yang baik saat wartawan butuh informasi, klarifikasi, permintaan bertemu pejabat, maupun data yang dibutuhkan oleh rekan wartawan. Yang kedua **Membangun reputasi sebagai orang terpercaya**. Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam membangun reputasi sebagai orang terpercaya, dengan melakukan persiapan menangani berbagai materi, informasi, maupun data yang sewaktu-waktu diminta oleh rekan wartawan. Humas juga memberikan materi yang telah disusun pada saat kegiatan *press conference*. Yang ketiga **Menyediakan salinan naskah informasi yang baik**. Humas Pemerintah Kabupaten Sleman melaksanakan dengan menyiapkan berita *release* pada setiap harinya mengenai kegiatan program dan kebijakan yang dijalankan oleh pimpinan. Pengiriman *release* berita dilengkapi dengan dokumentasi kegiatan dan materi *statement* maupun sambutan pimpinan. Yang keempat **Bekerjasama dalam menyediakan bahan informasi**. Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam hal ini selalu melibatkan wartawan untuk memberikan *feedback* maupun perencanaan acara rutin Hari Pers Nasional pada tahunnya. Dalam hal ini, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman juga selalu menerima dan terbuka kepada awak media yang ingin mencari informasi sebagai bahan liputan ataupun hanya sekedar datang untuk mengobrol dan bertukar pikiran mengenai pekerjaan di ruang pers. Humas Pemerintah Kabupaten Sleman

menyediakan fasilitas verifikasi dengan memberikan keterbukaan informasi maupun aksesibilitas dalam mengamati secara langsung kegiatan pemerintah. Humas juga memberikan fasilitas khusus untuk wartawan yaitu ruang pers. Membangun hubungan personal dengan media dengan dalam membangun relasi dengan wartawan Humas Pemerintah Kabupaten Sleman, melakukan *sharing* diskusi setelah kegiatan jumpa pers maupun dengan melakukan aktivitas-aktivitas *media relations* yang telah dijalankan. Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan bahwa hubungan personal antara humas dan wartawan masih kurang rekat, hanya sekedar hubungan profesionalisme antara instansi, organisasi, dan wartawan.

Mengembangkan Jaringan

Humas Pemerintah Kabupaten Sleman telah berupaya dalam mengembangkan jaringan dalam strategi media relations dengan menjaga relasi interpersonal dengan organisasi profesi wartawan media partner yaitu pimpinan redaksi, jurnalis, maupun pengurus (PWI (Persatuan Wartawan Indonesia), Dewan Pers, dan PFI (Pewarta Foto Indonesia)).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan tujuan dalam mengelola relasi tersebut agar memudahkan humas dalam menaga informasi yang akan dipublikasikan oleh wartawan kepada masyarakat. Dengan mengelola relasi yang baik, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman mendapatkan manfaat yang diberikan oleh wartawan, yaitu adanya *feedback* pada setiap kegiatan melalui wawancara langsung dengan warga, menjaga saat adanya isu krisis, dan mempermudah proses klarifikasi saat adanya berita negatif.

Strategi media relations yang diterapkan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dilakukan guna meningkatkan citra Pemerintah Kabupaten Sleman. Indikator citra yang ditingkatkan melalui adanya program kerja sama dengan wartawan media partner dan Humas Pemerintah Kabupaten Sleman adalah kesan, kepercayaan, dan sikap. Kesan merupakan hal yang didapatkan oleh masyarakat mengenai pemerintah. Kesan masyarakat mengenai pelayanan Pemerintah Kabupaten Sleman yaitu terbuka mengenai pelayanan informasi.

Berdasarkan hasil dokumentasi bahwa terdapat data Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dengan hasil survei nilai IKM sebesar 85,45. Nilai tersebut berdasarkan Permen PANRB tahun 2017 termasuk dalam kategori “Baik” dan dapat disimpulkan bahwa masyarakat merasa cukup puas mengenai kualitas pelayanan dan aksesibilitas yang diberikan. Berdasarkan wawancara dengan wartawan media bahwa kesan humas Pemerintah Kabupaten Sleman sangat terbuka mengenai informasi dan aksesibilitas informasi.

Kepercayaan merupakan hal yang timbul pada masyarakat mengenai adanya rasa percaya kepada pihak lain yang memiliki kualitas yang konsisten dan kompeten dalam pekerjaan. Hasil survei *Institute Potensi Indonesia (IPI)* 2024 bahwa tingkat kepuasan dan

kepercayaan yang disurvei dari 17 kecamatan menunjukkan hasil sebesar 87,1% masyarakat merasa cukup puas terhadap kinerja Pemerintah Kabupaten Sleman. Berdasarkan hasil ini masyarakat masih memiliki harapan mengenai adanya perbaikan di beberapa aspek seperti percepatan pelayanan publik dan pemerataan kualitas pelayanan di seluruh kecamatan.

Berdasarkan wawancara yang dilaksanakan dengan Humas Pemerintah Kabupaten Sleman menyatakan bahwa terus berusaha untuk melibatkan wartawan media untuk lebih sering terjun ke masyarakat bersama dengan pimpinan sehingga dapat memberikan informasi yang kredibel dan aktual.

Sikap masyarakat terhadap Pemerintah Kabupaten Sleman menunjukkan hal yang cukup positif dengan beberapa hasil survei yaitu IKM Pemerintah Kabupaten Sleman yang meraih kategori baik dan survei IPI pada tahun 2024 yang menyatakan 87,1 masyarakat puas dengan kinerja Pemerintah Kabupaten Sleman. Hasil ini merupakan keberhasilan strategi komunikasi publik yang telah dijalankan Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam menjaga hubungan dan memberikan informasi kepada media. Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan kepada pihak media, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman senantiasa terbuka dalam memberikan informasi kepada media.

Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman juga mempublikasikan informasi secara luas dari berbagai media, dengan tujuan agar seluruh lapisan masyarakat Kabupaten Sleman seimbang dalam mendapatkan informasi dan humas mendapatkan *feedback* masyarakat melalui wawancara yang dilaksanakan oleh rekan media. Namun, masih banyaknya informasi yang tersebar melalui pemberitaan yang dipublikasikan oleh media yang tidak bertanggung jawab.

Dengan berbagai upaya yang telah dilakukan Humas Pemerintah Kabupaten Sleman diharapkan strategi media relations lebih digiatkan dan diperhatikan, nantinya akan mempengaruhi peningkatan kepercayaan dan dukungan masyarakat Kabupaten Sleman.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Setelah dilakukannya penelitian dan memberikan penjelasan pada bagian pembahasan, Strategi berdasarkan data yang telah didapatkan terkait strategi media relations Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam meningkatkan citra instansi peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut: Mengelola Relasi, Dalam mengelola relasi Humas Pemerintah Kabupaten Sleman menjalankan 3 aktivitas pendukung media relations menurut Sambo (2019: 13-16), aktivitas pertama adalah *press conference*, kegiatan ini dilaksanakan Humas

Pemerintah Kabupaten Sleman rutin pada setiap satu bulan sekali, dengan mengangkat isu-isu strategis daerah.

Aktivitas kedua *media relations* yang dilakukan Humas adalah *press tour* Humas Pemerintah Kabupaten Sleman merancang kegiatan *press tour* dengan mengajak wartawan untuk berwisata pada potensi wisata maupun UMKM Kabupaten Sleman dan kunjungan luar.

Aktivitas *media relations* selanjutnya yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Sleman adalah *press gathering* dilaksanakan Humas Pemerintah Kabupaten Sleman melalui penyelenggaraan event kerja sama antara humas dengan wartawan, yaitu kegiatan Hari Pers Nasional yang dilaksanakan rutin pada setiap tahunnya. Kegiatan Hari Pers Nasional dilaksanakan pada 26 Februari 2024 dengan melaksanakan bakti sosial dan donor darah massal. Pada tahun 2025 Kegiatan Hari Pers Nasional dilaksanakan pada 16 Februari 2025 dengan kegiatan bakti sosial, donor darah gratis, senam, dan jalan sehat massal.

Mengembangkan strategi relasi, dalam mengembangkan strategi relasi Humas Pemerintah Kabupaten Sleman telah melaksanakan berbagai strategi yaitu memberikan pelayanan yang baik dan terbuka kepada media, membangun kepercayaan melalui persiapan materi maupun data yang akurat, menyediakan salinan naskah informasi dengan rutin, bekerja sama dengan wartawan dalam memberikan umpan balik maupun saran dalam kegiatan Hari Pers Nasional, memberikan keterbukaan aksesibilitas untuk verifikasi dalam kegiatan pemerintah, dan membangun hubungan dengan *sharing* diskusi di ruang pers. Meskipun demikian, hasil wawancara dengan wartawan menunjukkan bahwa hubungan personal yang dibangun oleh Humas Pemerintah Kabupaten Sleman perlu ditingkatkan.

Mengembangkan jaringan, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam mengembangkan jaringan berupaya dengan menjaga relasi interpersonal dengan organisasi resmi wartawan (PWI (Persatuan Wartawan Indonesia), Dewan Pers, dan PFI (Pewartawana Foto Indonesia)). Menjaga relasi tersebut dengan dilakukannya jalinan komunikasi kepada pimpinan redaksi, jurnalis, maupun pengurus organisasi.

Saran

Peneliti mengajukan saran sebagai upaya yang dapat membantu Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam melakukan strategi *media relations* untuk meningkatkan citra instansi. Adapun saran yang diberikan oleh peneliti, sebagai berikut:

Pertama, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam mengembangkan strategi relasi sebaiknya tidak hanya menjaga hubungan secara profesional saja dengan media, hal ini mengantisipasi akan terjadinya kesalahan paham antara humas dan personal wartawan dalam penyampaian informasi.

Kedua, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman alangkah baiknya untuk selalu tepat waktu dalam pengiriman *release* berita kepada media dan mempublikasikan *press release* mengenai suatu fenomena maupun isu yang beredar secara terbuka kepada publik melalui *website* maupun media sosial. Hal ini merupakan sebuah upaya pengembangan strategi relasi dan pengembangan jaringan kepada media, sehingga dapat meningkatkan citra instansi.

Ketiga, Humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam mengelola relasi sebaiknya dapat mengembangkan aktivitas-aktivitas *media relations press conference, press tour, press briefing, press statement, press interview, press gathering, dan press reception*, meskipun dengan adanya kendala efisiensi anggaran. Humas juga dapat mengembangkan dan melaksanakan aktivitas media relations dengan mengemas menjadi aktivitas yang sederhana dan tetap melibatkan awak media.

DAFTAR PUSTAKA

- Gora, R. (2019). *Riset Kualitatif Public Relations*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Iriantara, Y. (2019). *Media relations, Konsep, Pendekatan, & Praktik Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publikitas dan Public Relations Writing Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kustiawan, W., Alsyahdafi, A., Sianipar, A.T. P., Habib, F., Sianipar, K. Halim, N. A., & Sumarni, Y. (2020). *Media Relations, Internal Communications and Corporate Community Involvement*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 27631-27636.
- Reddi, C.V. Narashima (2020). *Effective Media Relations*. New Delhi: PHI Learning Private Limited.
- Muktiyo, W. (2024). *Manifestasi Public Relations di Era Digital 4.0*. Klaten: Nas media Indonesia.
- Sabrina, A. (2019). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Langkat (Studi Kualitatif Pada Humas Pemerintah Kabupaten Langkat)*. Medan : Universitas Sumatera Utara
- Sambo, M. (2019). *Media relations Kontemporer: Teori dan Praktik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Swaryputri, I. G. A. L. (2020). *Aktivitas Humas Pemerintah Kota Denpasar dalam Menjalankan Media relations (Studi pada Humas Pemerintah Kota Denpasar)*. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 21(2), 13-22.