



Kegiatan Media Relations PDAM TirtaMoedal Kota Semarang
(Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Media Relations pada Humas PDAM
TirtaMoedal)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro Semarang

Penyusun

Nama : Saiful Imron

NIM : D2C009008

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

ABSTRAK

KEGIATAN MEDIA RELATIONS PDAM TIRTA MOEDAL KOTA SEMARANG

Latar belakang dilakukannya penelitian ini berfokus pada kegiatan *media relations* PDAM Tirta Moedal yang hanya ditujukan pada wartawan yang bekerjasama dengan PDAM Tirta Moedal, serta adanya kemungkinan perbedaan pandangan dari Humas PDAM Tirta Moedal terhadap usaha pembangunan *media relations* yang baik dengan pihak media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan *media relations* yang diterapkan Humas PDAM Tirta Moedal Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dengan Kepala Sub. Bag. Humas dan Protokol PDAM Tirta Moedal Kota Semarang yang dapat dijadikan *key informant* karena memiliki hubungan yang erat dengan objek penelitian, serta wawancara dengan seorang jurnalis yang telah berpengalaman meliput berita di lingkungan sekitar PDAM Tirta Moedal. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa untuk melakukan kegiatan *media relations*, Humas PDAM Tirta Moedal Kota Semarang menggunakan prinsip memahami dan melayani media, serta membangun reputasi sebagai pihak yang terbuka kepada media. Kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh PDAM Tirta Moedal seperti *media gathering*, *press conference*, *press release*, dan *press interview*. Adanya hubungan yang harmonis antara Humas PDAM Tirta Moedal dengan pihak media akan menciptakan situasi saling menghargai satu dengan yang lain.

Kata kunci: Kegiatan, Media Relations, Humas, PDAM Tirta Moedal

ABSTRACT

PDAM TIRTA MOEDAL'S MEDIA RELATIONS ACTIVITIES

Background of this research are focuses on media relations activities of PDAM Tirta Moedal thatt only aimed for the journalists that are work together with PDAM Tirta Moedal, also there are possibilities of difference in point of view from public relations officer towards some good development attempts of media relations to the mass media. This research's aims is to get knowing the activities of PDAM Tirta Moedal Public Relation's media relations. This research uses qualitative descriptive method. Researchers collected data by conducting interviews with the PDAM Tirta Moedal's Head of Sub Division Public Relations which can be used as a key informant because it has a close relationship with the object of research, as well as an interview with a journalist who have experience covering news in PDAM Tirta Moedal. Based on the research results, it can be conclude that to conduct media relations activities, Public Relations of PDAM Tirta Moedal is using the principle of understanding and serving the media, as well as building a reputation as a party that is open to the media. Media relations activities conducted by PDAM Tirta Moedal like media gatherings, press conferences, press releases, and press interviews. The existence of the harmonious relationship between PDAM Tirta Moedal's Public Relations with the media will create a situation of mutual respect for one another.

Keywords: *Activity, Media Relations, Public Relations, PDAM Tirta Moedal.*

1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Moedal sebagai Perusahaan daerah yang bergerak di bidang Pelayanan masyarakat yang menyediakan air bersih, menerapkan citra yang positif perusahaan dengan menjaga hubungan baik dengan stakeholder dan media. Salah satu perusahaan Badan Usaha Miiik Daerah ini memiliki daerah operasi yang meliputi seluruh kota Semarang yang dibagi menjadi lima cabang, Hubungan dengan masyarakat yang baik serta citra positif perusahaan menjadi hal yang penting mengingat air bersih merupakan salah satu kebutuhan yang sangat vital bagi kelangsungan hidup manusia.

Visi PDAM Tirta Moedal Kota Semarang " Menjadi Penyedia Air Minum pilihan Masyarakat dan terbaik di Indonesia", tentunya diimbangi dengan pelayanan kebutuhan air bersih secara optimal sesuai visi dan misi PDAM Tirta Moedal Kota Semarang serta Kegiatan publisitas yang dillakukan oleh pihak Humas perusahaan yang melibatkan media dimaksudkan untuk membangun citra baik kepada para publiknya. Hal ini juga berguna untuk menghilangkan miskonsepsi tentang perusahaan yang telah timbul sebelumnya di tengah-tengah masyarakat, diharapkan dengan adanya hubungan baik dengan media citra perusahaan semakin terdongkrak, namun yang terjadi justru tidak ideal, dimana media yang diharapkan dapat menaikkan citra positif Perusahaan dengan berita positif namun justru memuat banyak pemberitaan negatif tentang PDAM Tirta Moedal Kota Semarang seperti memuat tentang keluhan Pelanggan terhadap pelayanan PDAM Tirta Moeda Kota Semarang, maupun buruknya kualitas air yang dihasilkan serta penurunan jumlah pelanggan PDAM Tirta Moedal Kota

Semarang. Pemberitaan negatif berpotensi menurunkan kepercayaan publik pada PDAM Tirta Moedal dan berpengaruh juga kepada sisi keuntungan bisnis. Humas PDAM Tirta Moedal harus bekerja optimal dalam usaha membangun opini publik melalui media sehingga berita yang muncul di media massa didominasi berita yang positif.

Berdasarkan hal di atas dibutuhkan adanya media relations oleh Public Relations maupun Humas PDAM Tirta Moeda Kota Semarang agar terjadi Pemberitaan yang objektif dimana pemberitaan mengenai PDAM Tirta Moeda Kota Semarang berdasarkan fakta yang terjadi sesungguhnya sehingga pemberitaan media yang berimbang dimana tidak hanya pemberitaan negatif tentang PDAM Tirta Moeda Kota Semarang tetap juga pemberitaan positif.

Berdasarkan pemikiran di atas maka perumusan masalah dari penelitian adalah:

1. Bagaimanakah pelaksanaan kegiatan media relations di PDAM Tirta Moedal?
2. Kendala apa saja yang dihadapi dalam melakukan kegiatan media relations?

2. Gambaran Umum PDAM Tirta Moedal

Sebagai salah satu perusahaan milik Daerah (BUMD) yang bergerak di bidang pelayanan masyarakat yang menyediakan air bersih untuk masyarakat Kota Semarang, Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Moedal Kota (PDAM Tirta Moedal) Semarang memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan

masyarakat Kota Semarang dalam menyediakan kebutuhan air bersih mengingat air merupakan salah satu kebutuhan vital dalam kehidupan manusia.

Letak geografis Kota Semarang yang berada dilokasi perbukitan dan pesisir pantai menjadi tantangan bagi PDAM Tirta Moedal Kota Semarang untuk memenuhi ketersediaanair bersih serta mendistributsikannya kepada masyarakat Kota Semarang khususnya pelanggan PDAM Tirta Moedal Kota Semarang.

Bidang Humas PDAM Tirta Moedal Kota Semarang merupakan salah satu bidang yang memiliki tugas dan tanggungjawab dalam menjembatani komunikasi baik dalam internal maupun eksternal perusahaan. Metode komunikasi yang diterapkan harus mampu menciptakan, mengembangkan, dan memelihara kondisi dan suasana yang kondusif guna mendukung kelancaran tugas pokok PDAM Tirta Moedal. Kegiatan humas lebih diarahkan dalam bentuk penerangan yakni pemeentukan opini yang positif serta menciptakan *image building* perusahaan.

Peran dan fungsi humas dalam sebuah perusahaan sangatlah penting demi kemajuan perusahaan. Selain itu ditunjukan pula dengan tugas seorang humas yang harus mengabdikan pada kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik antara publik intern maupun ekstern serta menjalankan fungsinya yang dititik beratkan kepada moral dan tingkah laku yang baik sehingga akan memberikan citra yang positif terhadap perusahaan.

Publik sasaran didalam humas terbagi menjadi dua, yaitu : Publik internal dan publik eksternal. *Publik Internal* adalah khalayak yang bergiat didalam organisasi yang ada pada umumnya merupakan karyawan, sedangkan *public eksternal* adalah mereka yang berada di luar organisasi, tetapi ada hubungannya

dengan organisasi. Bertolak dari tugas pokok Humas PDAM Tirta Moedal Kota Semarang diatas, pada penelitian ini juga ada hubungan Hubungan Masyarakat dengan publik eksternal yaitu masyarakat pelanggan sebagai suatu bukti fenomena permasalahan perusahaan yang terjadi.

3. Kegiatan Media Relations PDAM Tirta Moedal

Menjalin dan menjaga hubungan dengan media merupakan cara yang efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi di mata stakeholder. *Media relations* sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya.

Penelitian ini mencoba menggali sejauh mana Humas PDAM Tirta Moedal menggunakan *media relations* berdasarkan hasil wawancara dengan Humas PDAM, jurnalis, serta pelanggan sehingga jelas cara pandang ketiga pihak terkait strategi media relations oleh PDAM Tirta Moedal.

Hal ini menjadi sangat penting bagi PDAM Tirta Moedal sebagai perusahaan daerah yang bergerak di bidang pelayanan air bersih di tengah persaingan dari kompetitor perusahaan sejenis.

4. Analisis Kegiatan Media Relations PDAM Tirta Moedal

Dari analisis data tentang peranan Humas PDAM Tirta Moedal dan juga peranan media massa dalam kegiatan media relations dapat ditemukan fakta bahwa Humas PDAM Tirta Moedal mampu membantu pekerjaan manajemen pimpinan dalam berkomunikasi dengan publiknya juga mampu memberi masukan

kepada manajemen terkait perencanaan program-program PDAM Tirta Moedal selanjutnya.

Humas PDAM Tirta Moedal juga mampu menjalin hubungan media dengan baik dengan menyediakan *press release* yang dibutuhkan media. Dalam artian Humas PDAM Tirta Moedal memberikan release tidak hanya yang berbunyi positif saja bagi perusahaan, namun diimbangi juga dengan beberapa berita negatif. Hal ini yang disukai para wartawan, terlebih Humas PDAM Tirta Moedal mampu menyusun *press release* dengan baik sesuai kaidah jurnalistik. Humas PDAM Tirta Moedal juga mengadakan acara gathering media dan *press conference* yang terjadwal, namun bila diperlukan mereka siap melaksanakannya diluar jadwal.

Tingkat pemahaman tentang kegiatan media relations yang dilakukan oleh Humas PDAM Tirta Moedal dirasa cukup karena telah memenuhi tujuan media relations seperti yang dimaksud Rachmadi (dalam Wardhani, 2008: 13) yaitu : (a) Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin; (b) Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media; (c) Untuk memperoleh umpan balik; (d) Untuk memperoleh data/informasi bagi organisasi; (f) Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.

Berkaitan dengan hal tersebut media mengharapkan perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi. Humas PDAM Tirta Moedal juga dianggap responsif terhadap isu layanan penyediaan air bersih. Mereka mengenal media-media mana saja yang bekerja sama dengan PDAM Tirta Moedal. Humas PDAM Tirta Moedal juga terkadang berkonsultasi dengan media terkait pemberitaan yang menarik.

Media mengharapkan kegiatan semacam *gathering media* atau *press tour* agar diadakan lebih sering oleh pihak Humas PDAM Tirta Moedal namun juga dengan catatan bahwa acara tersebut harus memiliki nilai berita yang lebih sehingga para wartawan menjadi tertarik untuk mengikutinya dan dana untuk penyelenggaraan acara tersebut memang tersedia.

5. Kesimpulan

1. Hasil analisis data dan keterkaitan dengan pendekatan teoritis yang digunakan, diperoleh kesimpulan bahwa kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Humas PDAM Tirta Moedal telah sesuai dengan tujuan *media relations* seperti yang dimaksud Rachmadi (dalam Wardhani, 2008: 13) yaitu : (a) Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin; (b) Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media; (c) Untuk memperoleh umpan balik; (d) Untuk memperoleh data/informasi bagi organisasi; (f) Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.
2. Bentuk kegiatan *media relations* yang diadakan oleh Humas PDAM Tirta Moedal dalam bentuk tertulis yaitu *press release*. Sedangkan dalam bentuk kegiatan acara (*event*) adalah konferensi pers, *media gathering* dan menjadi narasumber wawancara.
3. Faktor kunci keberhasilan kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh pihak Humas PDAM Tirta Moedal adalah keterbukaan dan profesionalitas. Keterbukaan yaitu dalam hal kemudahan kontak komunikasi dengan pihak Humas PDAM Tirta Moedal. Sedangkan

profesionalitas yaitu Humas PDAM Tirta Moedal mampu menjalin hubungan dengan pihak jurnalis dengan memperhatikan etika profesi masing-masing.

6. Saran

1. Diharapkan semua personil Humas PDAM Tirta Moedal diberikan program pelatihan tentang media massa, khususnya media *online* jejaring sosial yang baru berkembang akhir-akhir ini. Supaya mampu menganalisis pemberitaan / isu yang berkembang lewat media jejaring sosial.
2. Diharapkan semua personil Humas PDAM Tirta Moedal diberikan pelatihan menyusun *press release* dengan baik supaya kualitas SDM personil Humas PDAM Tirta Moedal juga meningkat.
3. Jika memang tersedia anggaran berlebih untuk program kerja Humas PDAM Tirta Moedal, disarankan untuk merancang event *press tour* atau jamuan makan siang yang sedikit lebih mewah namun masih memiliki nilai berita yang penting bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro; Komala, Lukiati; Karlinah, Siti. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. (2008). *Public Relations Praktis*. Padjajaran: Widya Padjajaran.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Zainal. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Rosdakarya.
- Craig & Grant. (2002), *Manajemen Strategi (Alih Bahasa : Tjipto Wardoyo)*, Jakarta : Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

- Cutlip, Scot M.; Center, Allen H.; Broom, Glen M. (2006). *Effective Public Relations*. Alih Bahasa: Tri Wibowo. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Darmastuti, Rini. (2012). *Media Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gassing, Syarifuddin; Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Iriantara, Yosol. (2005). *Media Relations; Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank. (2005). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald (1994). *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Lesly, Philip. (1991). *Lesly's Handbook of Public Relations and Communication*. Chicago, Illinois: Probus Publishing Company.
- Lettimore, Dan; Baskin, Otis; T. Heiman, Suzette; L. Toth, Elizabeth. (2010) *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Rosdakarya.
- Rumanti, Maria Assumpta. (2002). *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Siagian P, Sondang. 2004. *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Wardhani, Diah. (2008). *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumber lain:

Company Profile PDAM Tirta Moedal Kota Semarang