

Nama : Lizzatul Farhatiningsih
NIM : D2C009011
Judul : **Audit *Media Relations* Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah untuk Peningkatan Publisitas**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena kurang berperannya Biro Humas Setda Jawa Tengah dalam melakukan fungsi kehumasan terhadap Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Humas telah melakukan banyak kegiatan namun efeknya pada pemberitaan tentang Pemerintah Provinsi yang muncul belum terasa. Namun kesesuaian melakukan banyak kegiatan tersebut belum diimbangi dengan pemberitaan-pemberitaan positif yang muncul di media massa baik cetak maupun elektronik. Hal tersebut menyebabkan terjadinya aksi di masyarakat yang memperburuk citra Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.

Metode yang digunakan adalah metode audit komunikasi. Tipe penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif, di mana tipe penelitian ini terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan sebagaimana adanya dan bertujuan untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena atau kegiatan yang dilakukan oleh Biro Humas Setda Provinsi Jawa Tengah yang berkaitan dengan *media relations*. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah teknik wawancara mendalam kepada delapan orang yang terdiri dari pimpinan dan staf Biro Humas serta wartawan baik dari media massa cetak maupun elektronik yang berkaitan dengan Humas.

Dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa kinerja Humas Setda Jawa Tengah belum efektif. Kegiatan *media relations* yang dilakukan masih terbatas pada kegiatan yang biasa dari tahun ke tahun mereka lakukan. Padahal, semestinya Humas mampu memahami, memiliki pengetahuan yang terus berkembang dan maju, serta melakukan lebih dari itu. Hal ini dikarenakan banyaknya ketimpangan yang terjadi di Humas. Pemahaman mengenai *media relations* masih menitik beratkan pada fokus tujuan Humas saja yaitu untuk mendapatkan publisitas, pemahaman mengenai *tools media relations* yang belum berkembang, belum adanya SDM yang kompeten dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi, minimnya anggaran, dan kewenangan yang terbatas membuat kinerja Humas menjadi kurang efektif. Dengan hasil audit komunikasi ini, pihak Pemerintah Provinsi Jawa Tengah terutama Sekretariat Daerah Jawa Tengah perlu melakukan perbaikan terhadap fungsi maupun kewenangan Humas agar kinerja Humas menjadi lebih efektif dan meningkatkan publisitas positif di media massa.

Kata kunci: Audit Komunikasi, *Media Relations*, *Public Relations*, Publisitas.

Nama : Lizzatul Farhatiningsih
NIM : D2C009011
Judul : *Media Relations Audit of Public Relations in Region Secretariat Central Java Province for Increasing The Publicity*

ABSTRACT

This research is backgrounded of less contribution from Public Relations Region Secretary Central Java Province when they do their function. Public Relations have been doing many activities but the effect in news mass media about the Government of Central Java Province is nothing yet. However, doing more activity is not balance with appearing the good news in mass media, both print and electronic media. It causes many actions in society that make the bad image of Government of Central Java Province.

Communications audit methods is used in this research. Reseacher uses descriptif research type that this research limited to the efforts to reveals a problem or situation as it is and aims to create a picture or description of the painting in a systematic, factual, and accurate information on the facts, characteristics, and relations between phenomena or activities conducted by Public Relations in Region Secretariat Central Java Province related to media relations. In this research, used indepth interview technique to collect the information to eight people that consist of head, leader, staf of Public Relation either reporters from print and electronic media.

The outcomes from this research is the activity in Public Relations Region Secretariat Central Java Province is not effective. Media relations activity that conducted are limited to their annual activity. Besides, Public Relations should be able to understand, develop the knowledge, and do more than it. It is caused much unbalances in Public Relations. Understanding of media relations is still focused on the goal of Public Relations is only to get publicity, undevelop of understanding media relations tools, nothing humans resources that competence with main duty and functions of Public Relations, minimum budgeting and facilities, and limited authority that makes the performance of Public Relations is not effective. The outcome of this communication audit, Central Java Province, espescially Region Secretariat of Centra Java need an improvement in Public Relations'function and competence. In order to make Public Relations's task be more effective and increasing positive publicity in mass media.

Keywords: Communication Audit, Media Relations, Public Relations, Publicity.

JURNAL

***Audit Media Relations* Humas Setda Jawa Tengah untuk
Peningkatan Publisitas**



LIZZATUL FARHATININGSIH

D2C009011

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2013

PENDAHULUAN

Keberadaan *Public Relations* atau Humas sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan maupun instansi pemerintah. Fungsi-fungsi dan tugas-tugas Humas sangat menunjang kelangsungan hidup dan mempengaruhi citra dari suatu instansi pemerintah. Humas merupakan suatu profesi dengan proses komunikasi kepada publik atau dengan kata lain Humas menghubungkan antara lembaga/instansi dengan publiknya baik eksternal maupun internal. Dalam konteks lembaga publik seperti pemerintah, peran melayani dan mengembangkan dukungan publik guna mencapai tujuan organisasi merupakan hal yang sangat penting. Pemberitaan yang beredar mengenai instansi pemerintah merupakan salah satu tanggung jawab besar bagi Humas.

Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah (Setda ProvJateng) merupakan unsur pembantu pimpinan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang dipimpin oleh Sekretaris Daerah, berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur. Sekretariat Daerah Provinsi bertugas membantu Gubernur dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan pemerintahan, administrasi, organisasi dan tata laksana serta memberikan pelayanan administrasi kepada seluruh Perangkat Daerah Provinsi. Divisi Humas Setda Jateng bertugas memberikan informasi dan penjelasan mengenai kebijakan-kebijakan yang akan atau telah dilakukan oleh pemerintah/instansi, menciptakan hubungan yang harmonis antara pemerintah dengan publiknya. Untuk dapat melakukan tugas-tugas tersebut Humas harus melakukan berbagai macam kegiatan komunikasi yang berbeda untuk masing-masing publik, baik internal maupun eksternal.

Media massa memegang peran dalam tugas Humas tersebut karena media massa dapat menimbulkan kesadaran terhadap sesuatu, mempersuasi atau mengajak untuk melakukan hal tertentu, serta mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Menurut Wasesa dalam *Political Branding and Public Relations* (2011 : 18) agar suatu citra sebuah merek baik komersial maupun politik dapat melekat di benak konsumen atau audiens, perlu dilakukan rehabilitasi setiap 3 bulan sekali agar loyalitas konsumen pun tercipta. Hal tersebut dapat diartikan menjadi institusi pemerintah, khususnya Humas Setda Jateng perlu melakukan pembaharuan, pencerahan, analisis, atau evaluasi di setiap 3 bulan untuk dapat mempertahankan loyalitas dalam hal ini adalah loyalitas pihak-pihak eksternal terhadap Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, seperti pers dan masyarakat.

Pemerintah Provinsi Jateng yang dipimpin oleh Gubernur Bibit Waluyo banyak menuai prestasi selama melaksanakan tugas memimpin Jawa Tengah, akan tetapi, pemberitaan mengenai prestasi yang diraih oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah tersebut rupanya tidak terlalu mendapat perhatian publik ketika media menyiarkan pemberitaan tersebut, justru beberapa kasus yang dialami oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah baik Gubernur Bibit Waluyo beserta jajarannya yang belakangan ini lebih menjadi sorotan dan kemudian berpengaruh terhadap sikap masyarakat dan opini masyarakat kepada pemerintah. Seperti kasus yang terjadi ketika Gubernur Bibit Waluyo memberikan pernyataan mengenai kesenian *Jathilan* atau jaran kepang dengan menyebut *Jathilan* sebagai kesenian terjelek di dunia.

Kegiatan *media relations* yang selama ini telah dilakukan oleh Humas Setda Pemprov Jateng antara lain *konferensi pers*, *press release*, *press luncheon*, dan *talk show*. Selain itu ada pula anggaran APBD dengan jumlah yang cukup besar yang diberikan kepada organisasi-organisasi wartawan Jawa Tengah, serta pembuatan Forum Komunikasi Wartawan Jawa Tengah yang dipimpin oleh Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Tengah. Beberapa kebijakan dan kegiatan tersebut merupakan upaya menjalin hubungan yang baik sehingga kiranya dapat meningkatkan publisitas dan meminimalisir pemberitaan negatif di media massa. Tetapi, meskipun Humas Setda Jateng sudah melakukan berbagai kegiatan dan upaya tersebut, pada kenyataannya pemberitaan mengenai Pemerintah Provinsi Jawa Tengah masih didominasi oleh munculnya pemberitaan yang negatif baik di media cetak maupun elektronik.

Oleh sebab itu, yang kemudian menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana kegiatan *Media Relations* Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam meningkatkan publisitas?

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam kajian Teori *Media Relations* yang berkaitan dengan audit *media relations* serta diharapkan memberikan kontribusi bagi Humas Setda Provinsi Jawa Tengah pada khususnya dan humas di seluruh instansi pemerintah daerah pada umumnya untuk menentukan langkah-langkah yang dapat ditempuh untuk menjalin hubungan yang baik dengan media massa agar dapat meningkatkan publisitas instansi tersebut. Penelitian ini mengambil pemikiran-pemikiran tentang media relations Iriantara, teori media relations Lesley suatu hubungan dengan media komunikasi

untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi dan berguna untuk memberikan informasi kepada masyarakat karena kaitannya dengan media massa dan pers selain itu juga bermanfaat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan masyarakat. Kegiatan-kegiatan media relations antara lain, *Press Conference, Press Tour, Press Reception, Press Briefing, Press Statement, Press Interview, Press Gathering, Press Release, Media Advisory, Press Kit, Press Room, Media List, Talkshow*. Ada pula teori-teori tentang audit komunikasi, Jane Gibson dan Richard Hodgetts (1991 : 453) dalam bukunya *Organizational Communication: A Managerial Perspective* dalam Hardjana (2000 : 10) yaitu suatu analisis yang lengkap atas sistem-sistem komunikasi internal dan eksternal dari suatu organisasi.

Audit *public relations* merupakan komponen reguler dari banyak program *public relations*. Mereka menyediakan data input bagi perencanaan program *public relations* pada masa mendatang dan membantu mengevaluasi efektivitas kerja sebelumnya. Agensi Joyece F.Jones dan Ruder Finn Rotmann yang dikutip Bakin, Aronoff & Lattimore (1997 : 124) menjelaskan proses audit dalam empat proses :

1. Mencari tahu apa yang “kita” pikirkan (*finding out what “we” think*)
2. Mencari tahu apa yang “mereka” pikirkan (*finding out what “they” think*)
3. Mengevaluasi kesenjangan sudut pandang di antara keduanya (*Evaluating the disparity*)
4. Memberi Rekomendasi (*Recomending*)

ISI

Penelitian ini terbagi ke dalam dua bab pembahasan yang membahas mengenai kesesuaian kinerja Humas atau kegiatan-kegiatan media relations yang dilakukan dengan konsep dan mencari tahu mengenai kebutuhan Humas dalam rangka peningkatan kerja dan jika diperlukan perbaikan di dalamnya. Pembahasan tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Pemahaman media relations : Humas Setda Jawa Tengah sendiri memahami *media relations* sebagai upaya menjalin hubungan baik dengan media massa untuk mempublikasikan kegiatan pimpinan daerah seperti Gubernur, Wakil Gubernur, Setda, dan lainnya kepada masyarakat sesuai dengan kedudukan Humas sebagai Kominfo, Komunikasi dan Informasi. Humas perlu juga memahami *tools media relations* dan bahwa *media relations* merupakan upaya menjalin hubungan yang baik dengan wartawan serta bagaimana menyampaikan informasi-informasi kepada masyarakat dengan tepat.
2. Tujuan kegiatan media relations : bertujuan untuk menjalin hubungan yang baik dengan media, bekerja sama, memaksimalkan publisitas dari kegiatan-kegiatan para pejabat pimpinan daerah seperti Gubernur, Wakil Gubernur, Sekretaris Daerah dan Asisten Daerah. Humas seharusnya perlu memahami tujuan-tujuan kegiatan media relations yang lain, yaitu perlunya memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembaga/organisasi yang telah dilakukan karena hal tersebut akan menjadi salah satu dasar bagi pemerintah untuk melakukan perbaikan-perbaikan kinerja yang dilakukan.

3. Target audience kegiatan media relations : menyasar seluruh media massa baik lokal maupun nasional dan baik cetak maupun elektronik yang memiliki kredibilitas, dapat memberitakan suatu berita secara objektif, serta ikut melakukan fungsi informatif dan edukatif kepada masyarakat. Humas seharusnya menerapkan absensi bagi wartawan yang hadir dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan, karena hal tersebut merupakan salah satu cara untuk melakukan kontrol terhadap ketepatan sasaran Humas.
4. Jenis kegiatan media relations : Hanya sedikit dari kegiatan media relations yang diketahui dan dilakukan dengan baik oleh Humas. Humas kurang memaksimalkan sebagian besar kegiatan media relations dan terlihat hanya sekedar formalitas dalam melaksanakannya. Banyak persiapan yang tidak dilakukan secara matang seperti persiapan tempat, waktu, yang lebih mengandalkan keseluruhan kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan secara incidental. Perlu dipahami bahwa saat ini kegiatan *media relations* mulai berkembang dan lebih beraneka ragam. Selain itu, Humas harus mengetahui karakteristik dan perbedaan teknik pelaksanaan masing-masing kegiatan media relations. Anggaran dana dan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah juga bisa lebih dimanfaatkan untuk memaksimalkan kegiatan.
5. Analisis Masalah : Pendekatan *research mapping media* dengan melakukan monitoring belum dapat dilakukan dengan baik oleh Humas karena saat ini yang dilakukan oleh Humas adalah sekedar melakukan kliping berita tanpa menganalisis, sehingga hal tersebut akan berdampak pada kurang maksimalnya pelaksanaan respon krisis pemberitaan. Biro Humas

membutuhkan staf-staf yang lebih mengerti mengenai pekerjaan kehumasan. Bagaimanapun juga, Biro Humas harus melakukan mapping media secara periodik dengan melakukan analisis pada pemberitaan-pemberitaan yang di kliping setiap harinya. Selain itu respon pada krisis pemberitaan juga harus segera dilakukan jika diperlukan. Humas harus memahami bahwa mapping media bukan hanya sekedar kliping, tetapi mengumpulkan pemberitaan, serta pembuatan analisis dari pemberitaan tersebut dan membuat kecenderungan isi masing-masing media massa secara periodik

6. Indikator berita : Indikator berita yang diterapkan Humas yaitu visi misi dari pemerintah rupanya belum dapat dimaksimalkan karena analisis berita sendiri tidak dilakukan dengan baik. Humas harus memahami bahwa indikator pemberitaan yang merupakan visi misi dari pemerintah menjadi salah satu faktor penentu bagaimana hasil dari mapping media yang dilakukan oleh Humas. Baik pimpinan maupun staf perlu menangani secara serius terhambatnya proses mapping media tersebut. Selain merupakan visi dan misi, harusnya Humas juga memiliki indikator-indikator tetap yang akan selalu berlaku meski terjadi pergantian pemerintahan sebagai tolok ukur mendasar penilaian terhadap suatu berita.
7. Budgeting kegiatan media relations : Perencanaan anggaran kegiatan *media relations* di Humas telah dilakukan namun memang masih kurang maksimal. Humas dalam melakukan budgeting perlu memperhatikan beberapa hal yaitu perencanaan yang ditulis secara rinci dan lebih mendetail untuk anggaran bagi setiap kebutuhan yang mungkin diperlukan. Selain itu, dalam melakukan

perencanaan anggaran seharusnya Humas juga mempertimbangkan dana cadangan yang sekiranya dibutuhkan, terlebih jika terdapat wartawan-wartawan yang memang meminta upah kepada Humas setelah melakukan peliputan

8. Time schedule : Humas tidak memiliki time schedule yang jelas dengan alasan bahwa mereka bekerja incidental sesuai dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Gubernur yang tidak bisa direncanakan pada jauh hari sebelumnya. Humas seharusnya membuat time table perencanaan suatu kegiatan atau event yang akan diselenggarakan. Selain itu, pembagian kerja dalam setiap kegiatan juga harus diperjelas dengan membuat job description yang lebih rinci bagi masing-masing orang karena selama ini terlihat ketidak teraturan koordinasi yang memang berjalan berdasarkan kebiasaan. Pimpinan juga harus mengecek kesiapan staf dalam menangani kegiatan tersebut dari awal hingga evaluasi dilakukan.
9. Strategi dan taktik : Humas masih mengandalkan sistem menghafal dan kebiasaan dalam melakukan setiap kegiatan media relations. Oleh sebab itu, Humas perlu memiliki SOP secara tertulis yang menjadi pedoman pengerjaan dari setiap kegiatan. Pembagian tugas kerja yang jelas juga harus diterapkan dari awal perencanaan hingga evaluasi kegiatan. Sebagai pimpinan, Kepala Biro dapat menjadi fasilitator untuk saling tukar menukar pikiran dan pendapat mengenai kinerja Humas antara bagian satu dengan yang lain agar tidak terjadi pemikiran atau pemahaman yang subyektif. Selain itu, Humas juga harus memahami bahwa pelaksanaan kegiatan kehumasan menyangkut

hubungan antara instansi dengan pihak luar dalam hal ini adalah media. Humas harus memiliki cara untuk dapat memaksimalkan publisitas yang positif dengan melakukan pendekatan dengan media.

10. Pemilihan Tempat Pelaksanaan : Pemilihan tempat pelaksanaan yang memang ikut menyesuaikan tempat kegiatan yang dilaksanakan pimpinan daerah pada saat itu memang sudah biasa dilakukan. Dengan begitu faktor kenyamanan wartawan memang cenderung dikesampingkan. Humas seharusnya menyelenggarakan kegiatan *media relations* dalam hal ini Press Conference di tempat yang nyaman.
11. Penanggungjawab Pelaksanaan : Kepala Biro Humas sebagai penanggungjawab meskipun banyak menghabiskan waktu di luar ruangan setidaknya harus dapat melakukan monitoring setiap kegiatan dari para Kepala Bagian. Di sini peran pimpinan sangat dibutuhkan untuk memberikan pengarahan di mana masih banyaknya staf yang merasakan kebingungan dan cenderung asal kerja sesuai dengan pemahaman subyektif mereka.
12. Evaluasi : Evaluasi yang dilakukan oleh Humas yaitu check list kesesuaian rencana dan pelaksanaan yang meliputi pencapaian tujuan, narasumber, isi materi rencana anggaran, target yang datang serta rekomendasi. Humas sudah memahami dan melakukan evaluasi pada keseluruhan hal-hal tersebut. Tetapi, dalam laporan pertanggungjawaban tahunan, evaluasi dari kekurangan tidak dicantumkan. Humas seharusnya merinci segala kekurangan dalam pencapaian target dari setiap kegiatan *media relations*. Humas juga harus terbuka dengan pimpinan atas pencapaian dan kegagalan yang terjadi. Selain

itu, Humas juga harus mengetahui bahwa evaluasi dilakukan setelah akhir kegiatan dan secara berkala yaitu tiga bulan sekali untuk dapat membuat rekomendasi bagi kegiatan yang akan dilaksanakan selanjutnya.

13. Proses Pendokumentasian : Selama ini memang Humas baru melakukan dokumentasi pemberitaan di media cetak saja. Humas perlu memahami bahwa saat ini media televisi dan internet merupakan media yang banyak digunakan dan diakses oleh masyarakat. Dokumentasi media televisi pun saat ini sebenarnya sudah cukup mudah, melalui youtube, rekaman pemberitaan dapat diakses dan didokumentasikan. Selain itu, untuk media internet, situs-situs pemberitaan kini mulai banyak dan mudah diakses kapan dan di mana saja oleh masyarakat, melihat bahwa saat ini pun banyak isu bermula dari media internet. Humas harus mengikuti perkembangan isu di media massa untuk menjadi suatu pertimbangan langkah-langkah yang akan dilakukan.

14. Model Respon Krisis Pemberitaan : Respon krisis pemberitaan yang dilakukan oleh Humas selama ini dilakukan hanya jika pemberitaan negatif sudah menyebabkan akibat tergeraknya massa dalam aksi-aksi demonstrasi. Hal tersebut juga menunjuk ke arah mapping dan monitoring media yang memang belum dilaksanakan oleh Humas dengan baik. Penyatuan pemahaman antara melakukan respon dengan release dan melakukan respon dengan membuat pemberitaan tandingan juga perlu dilakukan, seharusnya Humas memiliki kategori-kategori tertentu pemberitaan yang memang akan direspon dengan release dan kriteria-kriteria pemberitaan yang akan direspon dengan membuat pemberitaan lain di media massa. Humas juga seharusnya

lebih memahami bagaimana cara melakukan respon krisis yang efektif dan efisien. Setidaknya dalam membuat release, setelah itu mereka harus melakukan *cross check* dengan memantau dimuat atau tidaknya pemberitaan tersebut di media massa. Humas seharusnya mendapatkan *feedback* dari media atas kegiatan yang telah dilaksanakan bagaimana pun juga *media relations* melibatkan komunikasi dua arah.

PENUTUP

Penelitian mengenai audit media relations Humas Setda Jawa Tengah untuk peningkatan publisitas ini adalah penelitian yang berfokus pada kajian tentang kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Humas Setda. Kegiatan-kegiatan media relations yang diteliti adalah kegiatan-kegiatan media relations yang memang dilakukan oleh Humas selama ini demi terjalinnya hubungan yang baik dengan wartawan dan mendapatkan publisitas di media massa. Penelitian tersebut dilakukan karena melihat banyaknya pemberitaan-pemberitaan negatif tentang Pemprov Jateng akhir-akhir ini.

Pada penelitian ini, hal-hal yang dibahas adalah kegiatan-kegiatan media relations dari proses awal perencanaan hingga tahap evaluasi beserta jenis-jenisnya serta cara melakukan respon pada krisis pemberitaan yang terjadi.

Mengacu pada pendapat dari Lesley bahwa *media relations* adalah suatu hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Humas selama ini masih memunculkan pemberitaan-pemberitaan negatif mengenai pemerintah provinsi.

Terlebih-lebih pada beberapa kasus yang terjadi seperti kasus pembangunan jalan tol, kuda kepang, parcel lebaran, serta masih banyak lagi hal-hal yang kemudian menjadikan munculnya pemberitaan negatif di media massa meski memiliki sisi positif pada faktanya.

Penelitian mengambil kesimpulan bahwa Humas sudah dapat memahami *media relations*. Hanya saja pemahaman tersebut masih berfokus pada kepentingan yang ingin dicapai oleh Humas yaitu sekedar untuk mendapatkan publisitas di media massa. Selain itu, Dalam fokus dan sasaran kegiatan media relations, Humas belum menguasai keseluruhan maksud dan tujuan dilakukannya media relations. Hal tersebut yang kemudian membuat Humas dalam melaksanakan pekerjaannya kurang memperhatikan prosedur-prosedur pelaksanaan kegiatan media relations secara teknis yang tepat.

Kesimpulan lain yang sekaligus merupakan kritik kepada Humas adalah Humas belum memahami adanya perkembangan dari jenis-jenis kegiatan-kegiatan *media relations*. Humas masih bertahan dengan kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan dari tahun ke tahun dengan tata cara pelaksanaan yang juga kurang dipahami oleh sebab itu tidak dipersiapkan dengan baik. Kinerja Humas yang kurang efektif juga dikarenakan rendah dan lemahnya kemampuan di mana Humas kurang memiliki sumber daya manusia yang kompeten dalam melaksanakan tugas-tugas kehumasan seperti dalam Bagian Analisis Media dan Informasi Humas, kegiatan menganalisis media belum dilakukan karena staf merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas yang tidak mendapatkan pengetahuan mengenai konsep-konsep kehumasan. Humas tidak melakukan perencanaan dan

pelaksanaan kegiatan dengan baik. Banyak kegiatan yang dilakukan tidak menggunakan perencanaan komunikasi strategis yang benar, lebih kepada hanya mengikuti perintah atasan, sehingga tidak terkoordinir dengan baik. Evaluasi yang dilakukan oleh Humas cenderung formalitas dan kurang maksimal. Tidak ada rekomendasi yang dicantumkan dalam setiap laporan pertanggungjawaban yang dibuat.

Hubungan antara Humas dengan media sejauh ini baik, hanya saja masih selalu terjadi perbedaan pendapat yang disebabkan oleh perbedaan kepentingan antara Humas dengan media massa. Seperti perbedaan pendapat ketika terjadi kasus kuda kepang, dan pembangunan proyek tol Semarang-Solo. Selain itu, media juga masih bertindak pasif dalam kegiatan-kegiatan komunikasi dengan Humas.

Kepala Biro juga kurang memahami media relations, sehingga kurangnya kontrol pimpinan membuat pelaksanaan kegiatan-kegiatan *media relations* tidak berjalan dengan baik. Tidak ada pertemuan rutin untuk membahas mengenai evaluasi kegiatan dan hasil dari pelaksanaan kegiatan media relations.

Humas belum dapat memanfaatkan fasilitas, sarana dan prasarana yang dimiliki dan diberikan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dengan baik. Seperti dalam melakukan dokumentasi pemberitaan, Humas tidak melaksanakannya pada media selain media cetak. Hal tersebut terjadi dikarenakan tidak adanya pendidikan dan pelatihan mengenai kegiatan pendokumentasian berita yang baik yang seharusnya diberikan kepada baik pimpinan maupun staf Humas. Humas belum dapat melakukan respon terhadap krisis pemberitaan

dengan efektif dan efisien dikarenakan sistem kerja Humas yang belum terkoordinir dengan baik. Banyak pemberitaan negatif yang kemudian hanya lewat tanpa mendapat penanganan.

Biro Humas perlu mendapatkan penataran dan pelatihan berkala yang diikuti oleh baik Kepala Bagian maupun staf, mengenai pemahaman serta tugas-tugas penting yang harus dilaksanakan seperti bagaimana praktek analisis media seharusnya dilakukan dan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan media relations dengan baik dan benar. Apabila pimpinan tidak dapat meminta bantuan penatar dari kantor regional, maka pimpinan dapat menyewa tenaga ahli komunikasi untuk memberikan pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasi di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Ardianto, E.L. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis
- Ardianto, Elvinaro & Soemirat, Soleh. (2008). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Baskin Otis, Aronoff Craig, dan Lattimore. 1997. *Public relations: The Profession and the Practice 4 Edition*. United state of America: McGraw Hill Companies
- Bungin, Burhan H.M. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan. Publik, dan Ilmu social*. Jakarta : Kencana Prenama Media Group
- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations : Konsep, Strategi Dan Aplikasi*. Yogyakarta : ANDI
- Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Phillip H. Ault, and Warren K. Agee. *Public Relations: Strategies and Tactics*. Seventh Edition, Pearson Education, Inc., USA, 2003
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat suatu Study Komunikologis*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- F, Rachmadi. 1994. *PR dalam Teori dan Praktek : Aplikasi dalam Badan Swasta dan Lembaga Pemerintah*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Iriantara, Yosol. 2007. *Community Relations (Konsep dan Aplikasinya)*. Bandung : Simbiosis Rekatama
- Hamidi. 2010. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. 3rd. Malang : Hamidi
- Hardjana, Andre. 2000. *Audit Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Grasindo
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Kriyantono, Rachmat.2008. *Public Relations Writing*. Cetakan ke-2. Jakarta : Fajar Interpratama

Larkin, Judy, 2003, *Risk Issues and Crisis Management: A Casebook of Best Practice*. London: Kogan Page

Moleong. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosdakarya

Nurudin.2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Nova, Firsan.2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations*. Jakarta : PT. Grasindo

Puspandani, Kartika Dewi. 2006. *Pengukuran Publicity Effectiveness Level dan Pemanfaatannya dalam Perencanaan Strategi dan Taktik Komunikasi*. Yogyakarta: Fisipol Universitas Gajah Mada.

Ruslan, Rosady. 1997. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Ruslan, Rusady. 2006. *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada

Rusady, Ruslan. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada

Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada

Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations : Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Wasesa, Silih Agung. 2011. *Political Branding & Public Relations*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Widjaja. 1997. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara

Sumber internet

<http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/news/2012/04/11/115146/Pemp-rov-Jateng-Gagal-Entaskan-Kemiskinan> diunduh pada tanggal 04 Februari 2013 pukul 19.11 WIB

<http://www.antarajateng.com/detail/index.php?id=69893#.URMs-R1QFVY> diunduh pada tanggal 04 Februari 2013 pukul 19.15 WIB

<http://regional.kompas.com/read/2012/09/12/13433283/Gubernur.Jateng.Menyinggung.Seniman.Jathilan> diunduh pada tanggal 04 Februari 2013 pukul 19.16 WIB

<http://www.solopos.com/2011/05/17/komisi-d-peringatkan-gubernur-soal-jalan-tol-98292> diunduh pada tanggal 04 Februari 2013 pukul 19.17 WIB

<http://www.tempo.co/read/news/2010/10/22/177286567/Pemberian-Dana-ke-Wartawan-Tradisi-Lama> diunduh pada tanggal 07 Februari 2013 pukul 15.00 WIB

<http://news.detik.com/read/2012/11/22/174732/2098697/10/kpk-sebut-banyak-pejabat-korupsi-gubernur-jateng-seperti-tidak-ada> diunduh pada tanggal 14 Februari 2013 pukul 22.00 WIB

http://eprints.undip.ac.id/29126/1/SUMMARY_PENELITIAN_Wiwid_Adiyanto.pdf diunduh pada tanggal 21 Februari 2013 pukul 20.28 WIB

<http://tvku.tv/v2010b/index.php?page=stream&id=6444> diunduh pada tanggal 19 Maret 2013 pukul 20.14 WIB

<http://efkawejete.blogspot.com/> diunduh pada tanggal 05 Maret 2013 pukul 21.00 WIB

<http://kabar17.com/2012/05/gubernur-jawa-tengah-dikecam-petani-tembakau/> diunduh pada tanggal 05 Maret 2013 pukul 21.28 WIB

<http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2009/04/27/61199/Pers-Diminta-Tak-Hanya-Tulis-Berita-Negatif-> diunduh pada tanggal 05 Maret 2013 pukul 21.59 WIB

<http://news.detik.com/read/2012/11/29/123142/2104844/10/warga-menolak-eksekusi-tanah-lemah-ireng-semarang-ricuh> diunduh pada tanggal 05 Februari 2013 pukul 01.00 WIB

http://repository.upnyk.ac.id/2306/1/Nunung_Prajarto.pdf

http://ahmadyusuf-fpsi08.web.unair.ac.id/artikel_detail-46452-Umum-Metode%20Penelitian.html

<http://www.solopos.com/2012/11/28/gubernur-jateng-raih-planinum-gold-dari-sby-351805> 05 Maret 2013 pukul 23.00 WIB

<http://news.detik.com/read/2011/06/27/180047/1669850/10/sebut-walikota-solo-bodoh-gubernur-jateng-akan-ditolak-masuk-solo> diunduh pada tanggal 05 Februari 2013 pukul 01.00 WIB)

(http://www.youtube.com/watch?v=miDtNj_JIwg diunduh pada tanggal 08 Maret 2013 pada pukul 19.00 WIB)

(<http://www.youtube.com/watch?v=3H0aQzl8M1w> diunduh pada tanggal 08 Maret 2013 pada pukul 19.01 WIB)

(<http://birohumas.jatengprov.go.id/portal/view/struk2> diunduh pada tanggal 11 Maret 2013 pada pukul 00.04 WIB)

<http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2009/04/27/61199/Pers-Diminta-Tak-Hanya-Tulis-Berita-Negatif-> diunduh pada tanggal 11 Maret 2013 pada pukul 00.05 WIB)

<http://web.undp.org/comtoolkit/reaching-the-outside-world/outside-world-core-concepts-working-media.shtml> diunduh pada tanggal 13 Juli 2013 pukul 16:51 WIB

<http://prinyourpajamas.com/how-to-build-your-own-media-list/> diunduh pada tanggal 13 Juli 2013 pukul 16:51 WIB