

MEDIA RELATIONS ANALYSIS KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) SULAWESI TENGAH

ANALISIS MEDIA RELATIONS KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) SULAWESI TENGAH

Israwaty Suriady^{1*}, Fitriani Puspa Ningsih¹, Giska Mala Rahma Rini¹, Farin Firda Savhira¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Tadulako

*israwaty@untad.ac.id

Article Informations

Keywords:

*Media Relations,
Central Sulawesi,
KPU*

ABSTRACT

This study describe Media Relations activities and strategies of Central Sulawesi's Komisi Pemilihan Umum (KPU). This study is qualitative based on descriptive research. Data collection techniques used in this study are observation, documentation, and interviews with four (4) selected informants through purposive sampling technique. The data analysis technique used is an interactive analysis model consisting of data reduction, data display and drawing conclusions. The results indicate that Media Relations activities of Central Sulawesi KPU consists of Press Release and Press Events. Media Relations Strategies implemented namely: customer service and provision of services information through the PPID facility, website, or personal contact; maintenance the good reputation and trust of journalists through the presentation of complete information, accurate and impartial; sending manuscript copy and attempt to meet the criteria of good news and press release through journalism training; cooperate in the implementation of press events in the form of coordination and provision of pre- activity materials; provide verification facility through Media Center, website and PPID, as well as material facilities such as accommodation, rooms and wi-fi; and building personal relationships with journalists through interaction and communication outside working hours.

Informasi Artikel

Kata Kunci:

Media Relations,
Sulawesi Tengah,
KPU

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas dan strategi Media Relations yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah. Tipe penelitian adalah kualitatif dengan dasar penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yakni observasi, dokumentasi, dan wawancara terhadap empat (4) informan yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah model analisis interaktif yang terdiri dari tahap reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas Media Relations yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah adalah pengiriman Press Release dan pengadaan Press Events. Strategi Media Relations yang diterapkan oleh KPU Sulawesi Tengah yaitu: melakukan pelayanan terhadap media massa berupa layanan pengaduan customer service dan penyediaan informasi melalui sarana PPID, website, maupun kontak pribadi; pemeliharaan reputasi baik dan kepercayaan wartawan melalui penyajian informasi yang lengkap, akurat dan tidak berpihak; berupaya agar naskah informasi dan siaran pers yang dikirimkan dapat memenuhi kriteria pemberitaan yang baik melalui pelatihan jurnalistik; melakukan kerja sama dalam pelaksanaan acara pers berupa koordinasi dan penyediaan materi pra-kegiatan; menyediakan fasilitas verifikasi melalui Media Center, website dan PPID, serta fasilitas materil seperti akomodasi, ruangan dan wifi; dan membangun hubungan personal dengan wartawan melalui interaksi dan komunikasi di luar jam kerja.

Submisi 25/07/2023

Diterima 26/08/2023

Dipublikasikan 31/08/2023

DOI <https://doi.org/10.22487/ejk.v10i2.917>

PENDAHULUAN

Menurut Soemirat dan Ardianto (2010), salah satu kegiatan Hubungan Masyarakat (Humas) yang dinilai mampu membantu organisasi dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat luas adalah kegiatan Media Relations, yakni membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media cetak (suratkabar/majalah) dan media elektronik (TV/radio). Media Relations adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan (Frank Jefkins, 2003, h. 98). Media Relations merupakan upaya yang dilakukan oleh praktisi Humas yang bertujuan untuk mempermudah organisasi dalam menjangkau publik melalui pers atau media massa sebagai perantara dalam proses komunikasi.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Sulawesi Tengah sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas penyebaran informasi ke pemilu memiliki tugas agar seluruh informasi dapat tersampaikan kepada publik secara luas. Selain menyebarkan informasi, KPU Sulawesi Tengah juga memiliki tugas lainnya yang berhubungan dengan sosialisasi pendidikan pemilu dan peningkatan partisipasi pemilih dalam pemilu. Tugas-tugas tersebut lantas mendorong KPU Sulawesi Tengah untuk senantiasa berupaya agar informasi mengenai pelaksanaan Pemilu dan Pilkada dapat sampai kepada masyarakat. Luasnya publik eksternal yang dimiliki KPU Sulawesi Tengah kemudian menjadi faktor akan kebutuhan lembaga terhadap publistias yang mampu membantu lembaga dalam menjangkau publik dengan seluas-luasnya. Berdasarkan hal tersebut, maka KPU Sulawesi Tengah senantiasa membutuhkan bantuan media massa yang memiliki kemampuan dalam menyalurkan informasi kepada khalayak secara cepat dengan tingkat sasaran dan cakupan yang luas.

Menyadari pentingnya Media Relations bagi organisasi, KPU Sulawesi Tengah lantas melaksanakan berbagai aktivitas Media Relations untuk mempermudah organisasi dalam mencapai publikasi yang maksimum dan mempertahankan citra baik lembaga di mata masyarakat. Adapun serangkaian kegiatan Media Relations yang kerap kali dilaksanakan oleh humas KPU Sulawesi Tengah yaitu pengiriman Siaran Pers, Media Gathering/Press Briefing, Konferensi Pers, dan Wawancara Pers. Pelaksanaan kegiatan Media Relations tersebut diwujudkan oleh KPU Sulawesi Tengah dengan terus menjalin hubungan yang baik dengan media massa dan senantiasa melakukan komunikasi dua arah antara kedua belah pihak.

Humas KPU Sulawesi Tengah sebagai jembatan informasi ke pemilu memiliki tugas penting dalam menyebarluaskan informasi mengenai pemilu dan pilkada kepada masyarakat. Selain bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang tahapan, program dan jadwal pemilu, KPU Sulawesi Tengah juga melakukan aktivitas Media Relations agar lembaga mampu meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilu. Aktivitas-aktivitas Media Relations tersebut dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah dengan tujuan agar media massa dapat membantu lembaga dalam menjangkau tiap segmen audiens sehingga mengetahui informasi-informasi ke pemilu serta meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajiban dalam pemilu.

Selain melakukan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan media massa dan turut melibatkan media massa dalam tahapan Pemilu, Humas KPU Sulawesi Tengah juga menerapkan strategi Media Relations sebagai upaya peningkatan publikasi lembaga. Adapun beberapa strategi yang diterapkan oleh Humas lembaga yaitu penyediaan layanan

informasi, upaya mempertahankan reputasi dan kepercayaan media massa, menyiapkan suplai informasi dan siaran pers, melakukan kerja sama dalam melaksanakan aktivitas pers, mengadakan fasilitas verifikasi, dan upaya membangun hubungan secara personal dengan wartawan-wartawan media massa.

Meski demikian, harapan akan perwujudan teori dan konsep Media Relations yang ideal nyatanya berbeda dengan realitas yang terjadi di lapangan. Berdasarkan hasil observasi pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, praktik Media Relations yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah nyatanya belum mampu memberikan hasil akan tercapainya publikasi yang maksimal. Hal tersebut dapat dinilai dari minimnya exposure media atas pelaksanaan tugas dan tanggung jawab lembaga terutama pada masa sebelum dilaksanakannya kampanye.

Fenomena ini diduga dapat terjadi akibat hambatan yang timbul terhadap kerjasama antara humas KPU Sulawesi Tengah dengan wartawan media massa. Adapaun anggapan tersebut didasari oleh hasil observasi pra penelitian yang mengungkapkan bahwa siaran pers dan informasi kepemiluan yang disampaikan oleh humas KPU Sulawesi Tengah masih jarang dipublikasikan oleh media massa. Hal tersebut lantas menandakan bahwa terdapat faktor penghambat yang menyebabkan penyebaran Press Release kepada media massa belum dapat membuahkan hasil maksimum berupa publikasi seperti yang diharapkan.

Permasalahan yang telah dipaparkan menggambarkan bahwa aktivitas KPU Sulawesi Tengah pada masa sebelum pra kampanye masih belum banyak diliput oleh media massa. Akibatnya, publik luas tidak banyak mengetahui tentang upaya lembaga dalam mempersiapkan pelaksanaan Pemilu dan Pilkada. Oleh sebab itu, apabila permasalahan tersebut tetap berlanjut, maka penyebaran informasi kepemiluan serta upaya lembaga dalam meningkatkan partisipasi pemilih tidak akan terlaksana dengan efektif. Selain itu, kurangnya publisitas atas pelaksanaan tugas dan tanggung jawab KPU Sulawesi Tengah juga dapat berdampak pada citra lembaga, dimana kurangnya publisitas dapat memberi kesan akan belum terlaksananya tugas dan tanggung jawab KPU Sulawesi Tengah dengan sebagaimana mestinya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan terdapat ketimpangan antara pengaktualisasian teori-teori Media Relations dengan realitas yang terjadi pada humas KPU Sulawesi Tengah. Menurut teori Media Relations yang dikemukakan oleh Jefkins (2003), Media Relations merupakan usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi bagi organisasi yang menjalankannya. Merujuk pada teori tersebut, maka publisitas yang seluas-luasnya kemudian menjadi tolak ukur akan kesuksesan dari pelaksanaan Media Relations yang dilaksanakan oleh organisasi. Maka dari itu, belum tercapainya publisitas yang maksimal lantas menjadi indikator akan suatu permasalahan yang memungkinkan pelaksanaan Media Relations Humas KPU Sulawesi Tengah belum terlaksana dengan baik

TINJAUAN PUSTAKA

Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat atau Public Relations merupakan fungsi manajemen khusus yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, penerimaan pengetahuan, dan kerja sama antara organisasi dan publik (Theaker, dalam Silvani, Irene. 2020) Menurut Frank Jefkins (dalam Silvani, Irene. 2020) Public Relations adalah bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik yang

berlandaskan saling pengertian. Di sisi lain, Public Relations merupakan suatu usaha yang berkelanjutan yang dilakukan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan masyarakat dengan melalui suatu proses komunikasi timbal balik (F. Rachmadi, dalam Silvani, Irene. 2020).

Berdasarkan pengertian tersebut, maka Humas atau Public Relations merupakan sekelompok individu yang bertugas mengatur arus informasi pada suatu organisasi baik bagi publik internal maupun publik eksternal, yang bertujuan untuk membantu mencapai tujuan organisasi.

Media Relations

Pelaksanaan Media Relations merupakan salah satu fungsi dari Humas, dimana dalam hal ini, Media Relations digunakan sebagai sarana dalam mendukung terwujudnya kerja sama antara organisasi dengan pihak pers sebagai sebagai salah satu stakeholders organisasi untuk memenuhi kebutuhan organisasi akan publikasi tentang berbagai kegiatan program kerja atau demi kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik sebagai sasarannya (Ruslan, 2002, h. 170). Menurut Jefkins, Media Relations adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan (2003, h. 98). Berdasarkan pengertian tersebut, maka Media Relations dapat diartikan sebagai suatu upaya dalam menjalin hubungan antara Humas organisasi dengan pers dalam rangka untuk menjangkau khalayak dari organisasi melalui publikasi dari media massa.

Sehubungan dengan mengupayakan tercapainya publikasi yang mampu memberikan hasil yang maksimal bagi organisasi, maka pihak Humas organisasi perlu untuk membangun kesepahaman antara humas dengan pers media massa. Hal tersebut penting untuk diwujudkan melalui hubungan pers atau Media Relations yang baik dengan para pemimpin dan reporter/wartawan surat kabar, majalah radio, dan televisi. Selain itu, hubungan pers yang baik juga mampu untuk memudahkan pihak humas untuk memberikan keterangan atas isu-isu mengenai organisasi kepada pihak media sehingga berita-berita/tulisan-tulisan yang kurang akurat atau bahkan berita yang tidak benar tentang organisasi yang dapat membawa kerugian bagi organisasi dapat diminimalisir sekecil mungkin (Abdurachman, 2001, h. 41).

Adapun tujuan dilakukannya Media Relations menurut Wardhani (2008) terbagi atas 5 (lima), yaitu: (1) untuk mempublikasikan informasi kegiatan yang dilakukan oleh organisasi; (2) untuk mendapatkan sarana publikasi bagi kepentingan organisasi; (3) untuk mendapatkan feedback dari publik tentang kegiatan dan upaya yang dilakukan oleh organisasi; (4) sebagai alat ukur untuk menilai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan organisasi; dan (5) untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan satu sama lain.

Rachmadi (dalam Yuliana, 2014) mengungkapkan beberapa manfaat dari pelaksanaan Media Relations, yaitu agar organisasi dan media massa dapat membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung masing-masing. Selain itu, manfaat Media Relations lainnya yaitu untuk membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip saling menghormati, menghargai, kejujuran dan kepercayaan, serta untuk dapat menyampaikan informasi yang akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.

Aktivitas Media Relations

Ruslan (dalam Yuliana, 2014) menyatakan bahwa dalam rangka mengupayakan terlaksananya Media Relations, Humas organisasi perlu untuk mengadakan berbagai kegiatan yang dapat memicu terjadinya publikasi yang dilakukan oleh media. Adapun kegiatan yang termasuk sebagai upaya dalam mencapai publikasi yaitu penulisan berita atau informasi dalam bentuk news release dan berbagai bentuk acara pers. Rangkaian kegiatan tersebut merupakan aktivitas Media Relations yang dilakukan oleh organisasi sebagai upaya untuk membangun dan mempertahankan kemitraan yang baik dengan pers media massa.

Aktivitas Media Relations adalah serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas sebagai bentuk upaya dalam menjalankan hubungan pers atau Media Relations. Aktivitas Media Relations dilaksanakan dengan maksud untuk dapat mempermudah kedua belah pihak baik pihak organisasi maupun pihak media untuk saling memahami situasi dan kondisi kerja masing-masing melalui diskusi dan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh pihak Humas organisasi. Menurut Frank Jefkins (2003), aktivitas Media Relations terbagi atas dua jenis kegiatan, yaitu Press Release dan Press Events, dimana Press Release merupakan aktivitas Media Relations yang dilakukan melalui pengiriman siaran pers kepada media massa sedangkan Press Events merupakan upaya pelaksanaan Media Relations melalui acara pers.

Menurut Warren K. Agee dkk (Wardhani, 2008, hal 79), siaran pers atau Press Release merupakan sebuah berita yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkan kegiatannya. Frank Jefkins (Wardhani, 2008, h. 80) menyatakan bahwa siaran berita atau News Release merupakan pesan-pesan organisasi yang ditulis oleh praktisi Humas dalam bentuk berita, artikel atau foto-foto untuk dipublikasikan di media massa.

Jefkins (2003) menyatakan bahwa siaran berita dapat menciptakan suatu citra atau persepsi tertentu di mata para editor pers terhadap organisasi yang menyebarkannya. Oleh karena itu, siaran berita perlu disajikan dengan benar, dimana isi berita yang dimuat harus bermutu, diungkap secara jelas dan sesuai kenyataan, serta ditulis sesuai kaidah penulisan berita yang baik.

Press events atau acara pers merupakan berbagai macam kegiatan Media Relations yang dilakukan oleh pihak Humas organisasi dalam rangka menciptakan kemitraan yang baik dengan wartawan-wartawan media massa. Adapun berbagai macam kegiatan Media Relations yang tergolong sebagai Press Events dalam buku Dasar-Dasar Public Relations oleh Soemirat & Ardianto (2010) yaitu: Konferensi Pers, Press Briefing, Perjalanan Pers, Special Events, Wawancara Pers, Press Luncheon.

Strategi Media Relations

Frank Jefkins (dalam Soemirat & Ardianto, 2010) menyatakan bahwa praktisi Humas perlu untuk selalu membina hubungan baik dengan pers, adapun pembinaan hubungan tersebut dibina melalui beberapa prinsip umum yang perlu diterapkan oleh organisasi. Jefkins (2003, h. 116-117) mengungkapkan beberapa kiat atau strategi yang perlu diterapkan oleh Humas organisasi dalam rangka menciptakan hubungan media yang baik, diantaranya yaitu: memahami dan melayani media; membangun reputasi sebagai instansi yang dapat dipercaya; menyediakan salinan yang baik; bekerjasama dalam penyediaan materi; menyediakan fasilitas verifikasi; dan membangun hubungan personal yang kokoh.

Servicing the media (melayani media) merupakan prinsip yang dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik oleh organisasi kepada media massa. Hal tersebut dilakukan agar organisasi dan media massa mampu menciptakan sikap saling memahami satu sama lain agar kedua belah pihak dapat menjalin kerja sama dan hubungan yang baik. Frank Jefkins (dalam Nurudin, 2008) mengungkapkan hubungan media yang baik dilakukan dengan cara memahami serta melayani kebutuhan media. Hal demikian bisa dilakukan dengan mencari tahu tentang hal yang dibutuhkan oleh media, informasi yang disenangi oleh media, jenis informasi yang diliput oleh media (ekonomi, politik, budaya, pendidikan, atau umum), dan jenis data yang dibutuhkan oleh media.

Establishing a reputations for reliability (membangun reputasi sebagai instansi yang dapat dipercaya) dilakukan dengan menciptakan dan mempertahankan reputasi baik bagi organisasi agar dapat dipercaya oleh wartawan media massa. Nurudin (2008, h. 47) mengungkapkan bahwa strategi ini dilakukan dengan menyediakan atau memasok materi-materi yang akurat, lengkap, dan terpercaya di mana saja dan kapan saja dibutuhkan. Cara seperti ini tidak saja akan mendekatkan hubungan dengan para wartawan, tetapi membangun reputasi yang baik, sehingga praktisi Humas akan dipercaya sebagai sumber informasi yang andal, lengkap, dan tepat tentang perusahaannya.

Supplying good copy (menyediakan salinan yang baik) dilakukan dengan memasok atau memberikan naskah informasi yang baik dan terstruktur kepada media massa. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan naskah Press Release yang baik dan menarik sesuai dengan kaidah jurnalistik sehingga hanya sedikit memerlukan penulisan ulang atau menyuntingan kembali oleh media massa. Jefkins (2003, h. 118) mengungkapkan bahwa setiap pesan atau artikel harus dinilai kelayakan beritanya sebelum dimuat. Jefkins juga menyatakan bahwa berita atau informasi yang hendak dimuat di media massa harus mampu menarik minat para pembaca agar layak dipublikasikan (2003). Selain itu, praktisi Humas juga perlu untuk menguji kelayakan berita dari siaran berita, artikel, atau gambar-gambar yang hendak dipublikasikan sebelum benar-benar diserahkan ke media massa.

Cooperation in providing material (bekerja sama dalam penyediaan materi) dilakukan dengan senantiasa bekerja sama dengan pihak wartawan pada tiap pelaksanaan kegiatan hubungan pers. Contoh dari pelaksanaan strategi ini yaitu pihak humas organisasi bekerjasama dalam mempersiapkan kegiatan pers dengan melibatkan pihak-pihak media massa.

Providing verification facilities (menyediakan fasilitas verifikasi) dilakukan dengan menyediakan fasilitas verifikasi yang memadai bagi wartawan media massa. Dimana dalam hal ini, praktisi Humas harus siap untuk menerima wartawan yang ingin mengadakan cek ulang materi yang diberikan oleh organisasi atau yang didapatkan oleh media. Selain itu, organisasi juga turut memberikan fasilitas, kemudahan, akomodasi ataupun pelayanan tertentu yang dibutuhkan wartawan sewaktu mencari informasi mengenai organisasi.

Building personal relationship with the media (membangun hubungan personal dengan media) dilakukan dengan senantiasa membangun hubungan baik secara personal dengan pihak media massa. Hubungan personal antara pihak humas dan pihak media mampu menciptakan suatu keterbukaan, kejujuran, kerja sama, dan sikap saling menghormati profesi masing-masing. Hal tersebut lah yang lantas dapat membantu kedua belah pihak untuk menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan bagi satu sama lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif. Menurut Siyoto (2015), metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi (h.28). Dasar penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data dari hasil penelitian (Kriyantono, 2006, h. 56).

Subjek penelitian dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penelitian yang mengutamakan kedalaman data, dimana sumber data atau orang-orang yang dijadikan sebagai informan diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006, h. 158). Adapun kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Orang yang memahami tentang *Media Relations* yang dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Sulawesi Tengah
2. Orang yang terlibat dalam pelaksanaan *Media Relations* Komisi Pemilihan Umum (KPU) Sulawesi Tengah

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini terbagi atas tiga, yaitu observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diteliti (Mustofa, 2008, h. 56). Data yang dikumpulkan diambil berdasarkan apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan oleh peneliti dan tidak memasukkan sikap dan pendapat pribadi pada catatan observasi yang dituliskannya. Hasil data dari teknik observasi adalah uraian deskripsi fakta tanpa opini subjektif yang dituangkan dalam rekaman atas suatu peristiwa (Suyitno, 2018, h. 145). Teknik pengumpulan data melalui wawancara didasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau self-report maupun berdasarkan atas pengetahuan dan keyakinan pribadi informan (Sugiyono, 2013, h. 138). Metode dokumentasi adalah teknik mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya (Siyoto, 2015. h.77-78).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013, h. 246), yaitu model *analysis interactive* yang terbagi atas langkah-langkah kegiatan analisis data yaitu; reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Jefkins, *Media Relations* adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi Humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Teori *Media Relations* yang diungkapkan oleh Jefkins menggambarkan bahwa pemberitaan di media massa tentang suatu organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan hubungan pers oleh organisasi yang bersangkutan.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Sulawesi Tengah sebagai lembaga nasional yang memiliki cakupan khalayak yang luas membutuhkan dukungan media massa dalam menyebarluaskan informasi tentang kepemiluan, Usaha pencapaian publikasi di media massa tersebut direalisasikan oleh KPU Sulawesi Tengah dengan melaksanakan berbagai aktivitas *Media Relations* yang diharapkan mampu mengokohkan hubungan kerja sama

dengan media massa. Selain itu, KPU Sulawesi Tengah juga menerapkan strategi *Media Relations* dalam pelaksanaan kegiatannya.

Aktivitas *Media Relations* Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Sulawesi Tengah

Soemirat dan Ardianto menyatakan bahwa dalam upaya membina hubungan pers, maka *Public Relations* akan melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan pers. Adapun kegiatan yang bersentuhan dengan pers yaitu aktivitas *Media Relations*, yaitu serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas sebagai upaya dalam menjalankan hubungan pers atau *Media Relations*.

KPU Sulawesi Tengah merupakan lembaga yang senantiasa melakukan kegiatan atau aktivitas *Media Relations* sebagai upaya pencapaian publikasi. Pelaksanaan aktivitas *Media Relations* dilakukan dengan berbagai media massa yang telah bekerja sama dengan KPU Sulawesi Tengah, adapun media-media massa yang sering terlibat dalam pelaksanaan kegiatan *Media Relations* KPU Sulawesi Tengah yaitu 35 media massa lokal, dimana 5 diantaranya yaitu media massa cetak,

5 media massa radio, dan 25 media *online*. Perwakilan dari media-media tersebut kemudian bergabung dalam suatu grup WhatsApp sebagai sarana komunikasi yang dikelola oleh Humas KPU Sulawesi Tengah dalam menjalankan *Media Relations*.

Perwujudan kerja sama antara KPU Sulawesi Tengah dengan media massa dilakukan secara resmi dan tidak resmi. Kerja sama secara resmi dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah melalui MoU atau nota kesepakatan kerja sama atas pengiklanan yang dilakukan di media cetak maupun media *online*. Meski demikian, kerja sama secara resmi melalui MoU hanya dilakukan oleh lembaga atas kontrak penerbitan iklan sebagai syarat administratif pertanggung jawaban. Selain penandatanganan kesepakatan penerbitan iklan, KPU Sulawesi Tengah belum melakukan kerja sama resmi apa pun dengan media mana pun hingga akhir tahun 2022. Adapun alasan dari hal tersebut yaitu selain dikarenakan kerja sama secara resmi belum dianggarkan, dinyatakan juga bahwa proses realisasi kerja sama tersebut memerlukan perencanaan matang dan tahapan yang perlu dipertimbangkan KPU Sulawesi Tengah meski belum melakukan kerja sama dengan media massa secara resmi di atas kertas, mengakui bahwa praktik pelaksanaan hubungan pers tetap dilakukan melalui hubungan *de facto* tetap dilaksanakan. Praktik pelaksanaan hubungan pers diwujudkan oleh KPU Sulawesi Tengah melalui pelaksanaan berbagai macam kegiatan pers, seperti pengiriman siaran pers dan pengadaan acara pers atau Press Events. Hal tersebut sudah sesuai dengan peranan Humas organisasi dalam melaksanakan kegiatan *Media Relations* sebagai upaya membangun hubungan pers. Adapun pembahasan mengenai aktivitas-aktivitas *Media Relations* yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah yaitu sebagai berikut:

Press Release

Yuliana menjelaskan bahwa *Press Release* merupakan informasi tertulis yang memuat tentang apa yang dilakukan atau ditawarkan oleh organisasi. Press Release atau siaran pers bertujuan untuk memberikan informasi tertentu yang dikirimkan kepada media massa agar dapat dipublikasikan sebagai berita. Frank Jefkins menyatakan bahwa siaran berita dapat berupa pesan-pesan yang ditulis oleh praktisi Humas dalam bentuk berita, artikel atau foto-foto yang dikirim untuk dipublikasikan di media massa.

KPU Sulawesi Tengah dalam melaksanakan fungsi kehumasan melakukan penyusunan dan pengiriman siaran pers untuk media-media massa. Pengiriman siaran

pers dilakukan oleh Humas KPU Sulawesi Tengah ketika lembaga mengadakan kegiatan tahapan pemilu yang tidak melibatkan pihak media massa di dalamnya. Hal tersebut dikarenakan KPU Sulawesi Tengah menilai bahwa pelibatan media massa pada kegiatan tertentu dapat menghasilkan liputan dan pemberitaan bagi lembaga, sehingga KPU menilai tidak perlu untuk mengirimkan siaran pers kepada media-media yang telah hadir pada kegiatan. Selain itu, tiap kegiatan dan informasi yang belum diliput oleh wartawan dan dianggap penting untuk diketahui masyarakat akan disusun menjadi siaran pers agar dapat dipublikasikan oleh media massa.

Aktivitas pengiriman siaran pers yang dilakukan oleh Humas KPU Sulawesi Tengah merupakan salah satu upaya organisasi dalam mendapatkan publikasi dari media massa, dimana hal tersebut merupakan kegiatan yang sesuai dengan teori Aktivitas Media Relations, yang pada dasarnya memiliki tujuan utama berupa pencapaian publikasi di media massa. Siaran pers yang dikirimkan oleh KPU Sulawesi Tengah memuat tentang informasi yang ingin disampaikan kepada publik beserta foto dokumentasi dan informasi kontak yang dicantumkan untuk memudahkan pihak media dalam melakukan publikasi.

Siaran pers yang telah dibuat oleh Humas KPU Sulawesi Tengah kemudian dibagikan melalui grup WhatsApp Media Pemilu Sulteng agar dapat tersampaikan kepada seluruh media yang bekerja sama dengan lembaga. Siaran pers yang telah dibagikan diharapkan dapat dipublikasikan kembali oleh media massa agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersebar dengan lebih luas. KPU Sulawesi Tengah juga meng-upload siaran pers dan berita yang dibuat ke dalam website resmi lembaga sehingga media massa maupun masyarakat umum dapat mengakses siaran pers tersebut.



Gambar 1. Press Release

Meski demikian, hasil penelitian mengungkapkan bahwa intensitas dari pengiriman siaran pers KPU Sulawesi Tengah dinilai masih belum sering dilakukan,

dimana siaran pers hanya dibuat untuk membahas kegiatan dan beberapa informasi saja. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap intensitas publikasi yang diterima oleh lembaga, karena idealnya, pengiriman siaran pers yang sering dilakukan akan memberikan peluang yang besar atas penerbitan siaran pers di media massa.

Press Events

Press events atau acara pers merupakan berbagai macam kegiatan yang dilaksanakan untuk mendukung organisasi membangun hubungan yang baik dengan wartawan media massa. Adapun berbagai macam kegiatan *Media Relations* yang tergolong sebagai *Press events* menurut Soemirat dan Ardianto yaitu: Press Briefing/Media Gathering, Konferensi Pers, Perjalanan Pers, *Special Events*, Wawancara Pers, dan *Press Luncheon*.

KPU Sulawesi Tengah dalam membangun hubungan pers dengan media senantiasa melaksanakan aktivitas *Media Relations* dan melibatkan media massa di setiap tahapan Pemilu. Beberapa acara pers dilaksanakan oleh lembaga baik secara formal, informal maupun nonformal. Adapun beberapa acara pers yang dilaksanakan oleh KPU Sulawesi Tengah telah sesuai dengan beberapa kegiatan *Media Relations* yang seringkali dilakukan dalam hubungan pers. Meski demikian, KPU Sulawesi Tengah juga melakukan kegiatan-kegiatan lainnya seperti Media Center, Media Award, dan Pelatihan Jurnalistik dalam melaksanakan upaya *Media Relations*. Adapun uraian mengenai acara pers yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah sebagai berikut:

Media Gathering

Media gathering atau *Press Briefing* adalah acara kumpul bersama kalangan pers. Nurudin mendeskripsikan bahwa sifat kegiatan ini lebih menyenangkan, terencana, dan terorganisasi. Salah satu tujuan acara ini adalah mendekatkan diri antara kalangan pers dan pihak perusahaan, dimana dalam acara ini, para wartawan diundang untuk meliput suatu acara yang diselenggarakan perusahaan, mendengarkan keterangan resmi, atau sekadar bercakap-cakap saja. Meskipun demikian, tetap ada informasi yang ingin disampaikan oleh organisasi.



Gambar 2. Media Gathering

Salah satu acara pers yang dilaksanakan oleh KPU Sulawesi Tengah dalam membangun hubungan yang baik dengan media massa adalah Media Gathering. Kegiatan pers ini dilakukan melalui pertemuan antara KPU Sulawesi Tengah dan wartawan media massa di suatu acara sosial di tempat tertentu. Kegiatan ini biasanya dilaksanakan di aula atau di hotel oleh KPU Sulawesi Tengah dengan mengundang berbagai awak media untuk berpartisipasi dan melakukan serangkaian kegiatan.

Konferensi Pers

Konferensi pers (*press conference*) adalah sebuah pertemuan para jurnalis yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang tengah hangat dibicarakan (Jefkins, 2003). Tujuan konferensi pers adalah untuk menyebarkan informasi atau pernyataan penting dari organisasi kepada para jurnalis agar informasi tersebut dapat tersebar melalui media massa. Menurut Amar, syarat utama dari sebuah konferensi pers adalah berita yang disampaikan kepada wartawan harus bersifat sangat penting.

KPU Sulawesi Tengah dalam menyebarkan berita urgent atau pemberitahuan penting senantiasa dilakukan melalui pengadaan konferensi pers. Konferensi pers biasanya dilakukan ketika KPU Sulawesi Tengah ingin mengumumkan suatu tahapan Pemilu yang penting seperti penetapan peserta Pemilu, penetapan jumlah kursi dan penetapan daerah pemilihan, pencalonan anggota DPD, pencalonan anggota DPR, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota. Dalam pelaksanaan konferensi pers, KPU Sulawesi Tengah mengundang wartawan untuk meliput serta diberikan kesempatan untuk bertanya tentang topik yang diangkat.

Special Events

KPU Sulawesi Tengah mengadakan fun events yang bertujuan membangun hubungan baik melalui acara sosial yang menyenangkan. KPU Sulawesi Tengah dalam turut melakukan *events* nonformal yang bertujuan untuk merayakan sesuatu atau untuk menghibur banyak orang, dimana acara tersebut mengikutsertakan pers untuk berpartisipasi ataupun meliput. Beberapa kegiatan yang tergolong sebagai *special events* yang diselenggarakan oleh KPU Sulawesi Tengah yaitu sepeda santai (*fun bike*), jalan santai, dan berbagai macam event lomba. Hal ini tentunya sejalan dengan tujuan dilaksanakannya acara pers ini yaitu untuk membangun hubungan pers yang bersifat kekeluargaan. Kegiatan-kegiatan yang tergolong sebagai Special Events dilaksanakan oleh lembaga dengan tujuan untuk membangun hubungan media yang akrab.



Gambar 3. Special Event

Media Center

KPU Sulawesi Tengah dalam melaksanakan upaya *Media Relations* membangun suatu *Media Center* dan melaksanakan program-program Pengembangan *Media Center*. Program tersebut dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah sebagai bentuk upaya pengelolaan arus komunikasi yang baik antara lembaga dengan seluruh *stakeholders* termasuk dengan media massa. Dalam pelaksanaan program pengembangan *Media Center*, KPU Sulawesi Tengah menyiapkan suatu tempat yang dikhususkan sebagai pelaksanaan pengembangan *Media Center* yang juga dapat digunakan sebagai tempat berkumpulnya wartawan media massa di kantor KPU. Program ini dilaksanakan oleh KPU Sulawesi Tengah dengan tujuan untuk dapat mempermudah media massa dalam mengumpulkan informasi, melakukan verifikasi, serta menjalin hubungan dan interaksi dengan KPU Sulawesi Tengah.

Program Pengembangan *Media Center* merupakan kegiatan yang sejalan dengan fungsi Humas, yaitu membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi bagi organisasi. Upaya pengembangan *Media Center* dilaksanakan oleh KPU Sulawesi Tengah melalui kegiatan-kegiatan yang turut melibatkan media massa. Kegiatan-kegiatan pengembangan *Media Center* adalah acara pers yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas penyebaran informasi lembaga melalui kerja sama media massa.

Media Award

KPU Sulawesi Tengah mengadakan suatu acara penghargaan yang dikhususkan untuk media massa berupa Penganugerahan Media KPU Award. Kegiatan tersebut merupakan salah satu bentuk apresiasi yang diberikan kepada KPU Sulawesi Tengah kepada media-media yang dinilai telah banyak membantu lembaga menyebarkan informasi kepemiluan. Penghargaan diberikan oleh KPU Sulawesi Tengah kepada media massa berdasarkan jumlah berita yang ditulis oleh media massa mengenai KPU Sulawesi Tengah. Selain menjadi bentuk apresiasi terhadap media massa, kegiatan Media Award tersebut juga merupakan strategi yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah agar dapat memotivasi media massa untuk giat dalam memberitakan hal-hal yang berhubungan dengan kepemiluan.

Pelaksanaan Media Award merupakan salah satu temuan bentuk acara pers yang dinilai belum dikemukakan dalam teori-teori *Media Relations* terdahulu. Acara pers ini dilaksanakan agar dapat memotivasi media massa untuk melakukan pembertiaan sehingga terjadi peningkatan publikasi media bagi KPU Sulawesi Tengah. Press Events ini diharap mampu untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas pembertiaan media bagi lembaga-lembaga yang menjalankannya.

Pelatihan Jurnalistik

KPU Sulawesi Tengah juga melaksanakan suatu pelatihan jurnalistik sebagai upaya dalam mengembangkan kehumasan lembaga. Kegiatan ini merupakan suatu bentuk seminar yang membahas tentang materi berhubungan dengan penulisan berita dan kaidah-kaidah yang berlaku di dalam jurnalistik. Melalui pelatihan jurnalistik ini, peserta dilatih untuk mengemas naskah-naskah informasi untuk menjadi lebih menarik, baik itu naskah berita, artikel, feature, ataupun tulisan laporan. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan menghadirkan perwakilan media untuk menyampaikan tentang kode etik jurnalistik, kriteria penulisan berita, dan ciri khas penulisan berita. Sebaliknya, pihak KPU Sulawesi Tengah juga menjadi salah satu narasumber kegiatan dan menyampaikan tentang pentingnya media massa bagi pelaksanaan Pemilu.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Jurnalistik KPU Sulawesi Tengah

Perjalanan Pers

KPU Sulawesi Tengah dalam melaksanakan perjalanan pers turut mengundang beberapa wartawan media massa dalam kegiatan tahapan Pemilu yang dilakukan di luar daerah Sulawesi Tengah. Pelaksanaan acara pers ini dilakukan sesuai tujuannya, yaitu untuk menunjukkan kepada media massa tentang kinerja KPU Sulawesi Tengah di lapangan, sekaligus mendapatkan exposure media terkait kegiatan yang dilaksanakan. Acara pers ini selain bertujuan agar wartawan media massa dapat memahami bidang kerja yang dilakukan oleh lembaga, juga dilakukan untuk membangun kedekatan dan saling pengertian diantara satu sama lain.

Press Luncheon

Press Luncheon atau jamuan makan siang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah sebagai kegiatan pendamping dari kegiatan-kegiatan Media Relations ataupun tahapan Pemilu yang dilakukan oleh lembaga. Dalam hal ini, jamuan makan siang yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah hanya dilakukan dengan dibarengi kegiatan lain yang telah dianggarkan, seperti sosialisasi, pengembangan *Media Center*, ataupun pelatihan jurnalistik. Oleh karena itu, acara pers ini belum pernah dilakukan sebagai acara khusus melainkan dijadikan sebagai kegiatan pendamping bagi kegiatan utama lainnya

Strategi *Media Relations* Bagi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Sulawesi Tengah

Menurut Frank Jefkins, *Media Relations* merupakan penunjang bagi organisasi dalam mencapai publikasi melalui kerja sama media massa. Berdasarkan hal tersebut, maka output utama dari pelaksanaan *Media Relations* adalah pemberitaan media massa serta kemudahan organisasi dalam menjangkau khalayak. Oleh sebab itu, tingkat publikasi media dan dampak yang dirasakan oleh organisasi atas pelaksanaan hubungan pers lantas menjadi tolak ukur akan terlaksananya suatu *Media Relations*.

Hasil pelaksanaan *Media Relations* yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah dinilai dari tingkat publikasi yang diterima lembaga dalam jangka waktu tertentu. Adapun banyaknya publikasi yang didapatkan oleh KPU Sulawesi Tengah berdasarkan hasil data rekapan kegiatan 'Penganugerahan *Media Award* KPU Sulawesi Tengah' yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Data Publikasi KPU Sulawesi Tengah Bulan Juni 2022 – Desember 2022

No.	Media	Cluster			Jumlah Pemberitaan
		Sosialisasi Pemilih/Keparmasan	Teknis Partai	Pebentukan ADHOC	
	MEDIA CETAK				
1.	Media 1	61	29	3	93
2.	Media 2	31	7	3	41
3.	Media 3	23	15	2	40
4.	Media 4	19	8	1	28
	MEDIA ONLINE				
5.	Media 1	26	10	8	44
6.	Media 2	15	9	2	26
7.	Media 3	14	2	2	18
8.	Media 4	7	7	0	14
9.	Media 5	7	0	2	9
10.	Media 6	5	2	2	9
	TOTAL	208	89	25	322

Sumber: Rekapitulasi Data Hasil Kegiatan Penganugerahan Media Award KPU Sulawesi Tengah Tahun 2022

Data tersebut merupakan data publikasi dari 10 media massa, baik media cetak maupun media *online* yang berpartisipasi dalam program ‘Penganugerahan Media Award KPU Sulawesi Tengah 2022’. Hasil rekapan tersebut merupakan total pemberitaan tentang KPU Sulawesi Tengah dalam rentan waktu 6 bulan terhitung dari bulan Juni 2022 hingga Desember 2022. Rekapan tersebut kemudian dikirimkan oleh masing-masing media massa kepada Humas KPU Sulawesi Tengah sebagai bahan acuan penilaian tingginya publikasi yang dicapai oleh lembaga. Data publikasi tersebut menunjukkan bahwa total publikasi yang diterima oleh KPU Sulawesi Tengah dalam 6 bulan dari 10 media massa yang berpartisipasi yaitu sebanyak 322 pemberitaan. Berdasarkan data tersebut, maka rata-rata jumlah publikasi yang dilakukan oleh media massa yang berpartisipasi pada program tersebut yaitu 32 berita dalam kurun waktu 6 bulan.

Meski demikian, tingkat publisitas dirasa masih perlu untuk ditingkatkan, hal tersebut dikarenakan terdapat beberapa media yang tergabung dalam grup Media Pemilu KPU dan turut hadir dalam kegiatan pers namun masih jarang melakukan pemberitaan tentang KPU Sulawesi Tengah. Di sisi lain, pemberitaan dinilai perlu untuk ditingkatkan karena masih terdapat ketimpangan antara jumlah pelaksanaan kegiatan dan informasi yang disebarkan kepada stakeholders dengan jumlah pemberitaan yang dilakukan oleh media massa. Adapun data jumlah penyebaran informasi yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah dari bulan Juni 2022 hingga bulan Desember 2022 sebagai perbandingan jumlah publikasi yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Data Penyebaran Informasi Kepemiluan KPU Sulawesi Tengah Periode Bulan Juni 2022 – Desember 2022

No.	Penyebaran Informasi Kepemiluan KPU Sulawesi Tengah	Jumlah
1.	Bulan Juni 2022	29
2.	Bulan Juli 2022 – Bulan September 2022	171
3.	Bulan Oktober 2022 – Bulan Desember 2022	150
	Total	350

Sumber: Laporan Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat (BAKOHUMAS) KPU Sulawesi Tengah Triwulan II, III, dan IV Tahun 2022

Data tersebut merupakan jumlah informasi yang disebarakan oleh Humas KPU Sulawesi Tengah kepada stakeholders termasuk media massa dalam kurun waktu 6 bulan, terhitung dari bulan Juni 2022 hingga bulan Desember 2022. Data tersebut dipaparkan dengan maksud sebagai bahan perbandingan antara jumlah publikasi yang diterima oleh KPU Sulawesi Tengah dengan informasi yang disebarakan oleh Humas KPU Sulawesi Tengah. Pada tabel tersebut, dipaparkan bahwa jumlah informasi yang disebarluaskan oleh Humas KPU Sulawesi Tengah yaitu berjumlah 350 informasi, sedangkan publikasi yang dicapai oleh KPU Sulawesi Tengah dalam rentan waktu yang sama yaitu berjumlah 322 dari 10 media massa yang berbeda. Meski demikian, rata-rata pemberitaan tiap media massa dalam waktu yang sama yaitu berjumlah 32 pemberitaan, dimana hal tersebut masih ternilai timpang dengan total informasi yang disebarakan.

Jumlah pemberitaan di tiap media massa juga memiliki frekuensi yang beragam, dimana publikasi yang diterima oleh KPU Sulawesi Tengah dalam kurun waktu 6 bulan memiliki rentang jumlah mulai dari 9 pemberitaan hingga 93 pemberitaan dari media massa yang berbeda-beda. Berdasarkan data tersebut, maka publikasi yang dicapai oleh KPU Sulawesi Tengah memiliki intensitas yang beragam dari berbagai media massa yang bekerja sama dengan lembaga. Oleh karena itu, KPU Sulawesi Tengah selain menilai perlu untuk lebih meningkatkan publikasi media juga menilai perlu untuk mendapatkan pemberitaan yang menyeluruh di berbagai macam media massa.

KPU Sulawesi Tengah menilai bahwa meski publikasi media masih perlu untuk ditingkatkan, namun dampak atas pelaksanaan *Media Relations* telah dirasakan oleh lembaga. Hubungan media yang dijalin oleh KPU Sulawesi Tengah sangat penting bagi lembaga terutama untuk Humas organisasi. Hal tersebut dikarenakan Humas KPU Sulawesi Tengah masih memiliki kapasitas yang terbatas dalam menyebarkan informasi kepada publik yang berjumlah masif.

Humas KPU Sulawesi meski telah berupaya menyebarkan informasi kepada publik tetap perlu untuk dibarengi oleh pemberitaan media yang mampu menjangkau masyarakat luas. Kekuatan media massa dalam menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat dianggap sebagai sarana dalam menjembatani informasi kepemiluan pada pelaksanaan pemilu di Provinsi Sulawesi Tengah. Oleh karena itu, KPU menilai bahwa media massa telah banyak membantu dalam mensosialisasikan dan menyebarkan informasi kepada publik yang dimiliki oleh lembaga.

Pencapaian tujuan pelaksanaan *Media Relations* KPU Sulawesi Tengah dilaksanakan melalui strategi-strategi *Media Relations* yang diterapkan dalam upaya membangun hubungan pers. Strategi-strategi tersebut merupakan usaha yang perlu diimplementasikan agar manfaat *Media Relations* dapat dirasakan oleh lembaga yang menjalankannya. Adapun penerapan strategi *Media Relations* yang dijalankan oleh KPU Sulawesi Tengah yaitu sebagai berikut:

By Servicing the Media

KPU Sulawesi Tengah dalam melakukan pelayanan terhadap media massa senantiasa menghargai eksistensi media sebagai lembaga yang menjalankan tugas dan fungsinya. Lembaga independen tersebut mengaku tidak pernah membatasi dan mencampuri urusan yang menjadi hak dari media massa, dimana media selalu diberikan ruang dan kebebasan dalam menjalankan perannya. Meski demikian, pelayanan yang diberikan oleh KPU tidak melalui jamuan atau perlakuan khusus yang bersifat kaku dan formal.

Selain itu, KPU Sulawesi Tengah juga menyediakan layanan informasi berupa PPID yang menjadi sarana media massa dalam mengajukan permohonan informasi dan data secara formal. Di sisi lain, KPU Sulawesi Tengah juga senantiasa menerima saran dan kritikan dari pihak media manapun sebagai bentuk pelayanan terhadap media. Pihak KPU selalu menanggapi masukan dan pertanyaan dari media sebagai salah satu bentuk customer service yang diberikan oleh Humas organisasi baik secara formal maupun non formal melalui kontak pribadi via WhatsApp.

Pelayanan yang diberikan oleh KPU Sulawesi Tengah dilakukan dengan menyediakan informasi yang kiranya dibutuhkan oleh media massa melalui sarana PPID, website, maupun kontak pribadi. Hal tersebut sesuai dengan strategi ini yang mengutamakan pemenuhan kebutuhan media dalam menggali informasi. Meski demikian, KPU Sulawesi Tengah tidak serta merta mencari tahu secara pasati informasi yang kiranya akan disenangi oleh media, melainkan lembaga selalu terbuka atas permintaan media terhadap segala jenis informasi yang diinginkan.

By Establishing a Reputation for Reliability

KPU Sulawesi Tengah dalam rangka menghindari kesalahpahaman publik dan berita miring dari media, selalu menunjukkan perilaku adil dan netral di kondisi apapun. Hal tersebut ditunjukkan oleh Humas KPU Sulawesi Tengah dengan memberikan informasi yang sama bagi semua peserta Pemilu dan tidak membanding-bandingkan peserta satu dengan yang lainnya. Selain itu, upaya yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah dalam mempertahankan reputasi baik yaitu dengan senantiasa meminta media untuk mengkonfirmasi informasi yang dianggap belum jelas, hal tersebut dilakukan agar KPU Sulawesi Tengah dapat meminimalisir disinformasi atas pemberitaan yang tidak sesuai dengan kinerja lembaga.

Rasa kepercayaan antara KPU Sulawesi Tengah dan media massa dibangun oleh kedua belah pihak dengan melakukan pertukaran informasi yang jelas, akurat, serta tidak menutupi informasi apapun. Selain itu, apabila diantara KPU Sulawesi Tengah dengan media massa terjadi suatu miskomunikasi, maka tanggapan dan sikap yang diambil oleh KPU yaitu mengontak media yang bersangkutan secara personal dan melakukan komunikasi yang bersifat persuasif. Tindakan yang diambil oleh KPU Sulawesi Tengah sebisa mungkin menghindari terjadinya pencorengan atas citra dan kredibilitas dari pihak-pihak yang terlibat sehingga hubungan pers yang baik masih dapat terus terjalin.

By Supplying Good Copy

Jefkins menyatakan bahwa Humas organisasi perlu untuk menguji kelayakan berita dari suatu Siaran Berita, artikel, atau gambar-gambar yang hendak dipublikasikan sebelum benar-benar diserahkan ke media massa. Jefkins juga menambahkan bahwa Humas organisasi sebaiknya mengundang para jurnalis dari berbagai macam media untuk mengikuti suatu acara pers yang khusus diadakan guna menilai kelayakan berita dari Siaran Pers organisasi.

Strategi ini dilakukan dengan menyediakan atau memasok naskah informasi yang baik untuk media massa. Adapun materi informasi yang dikirimkan bisa berupa siaran pers, naskah laporan-laporan kegiatan, maupun data pendukung seperti dokumentasi kegiatan yang dapat diberikan kepada media sebagai bahan berita. Strategi ini dilakukan agar Humas organisasi dapat membantu media massa dalam mengumpulkan informasi serta memudahkan media dalam melakukan publikasi atas siaran pers yang minim perbaikan.

Pemasokkan informasi dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah dengan menyediakan naskah berita, siaran pers, dan informasi lainnya seperti jadwal pelaksanaan tahapan Pemilu melalui website yang dimiliki lembaga yaitu sulteng.kpu.go.id, yang dapat diakses oleh wartawan kapan saja dan dimana saja. Selain itu, informasi dan siaran pers juga dibagikan kembali oleh Humas KPU melalui grup WhatsApp yang dijadikan sarana komunikasi.

Selain membuat siaran pers dan mengirimkan sejumlah informasi sebagai penyediaan bahan berita, KPU Sulawesi Tengah juga turut berupaya agar penulisan dari siaran pers dapat memenuhi kriteria pemberitaan yang baik bagi media massa. Hal tersebut diwujudkan oleh KPU Sulawesi Tengah melalui pelatihan jurnalistik bagi pegawai KPU untuk dapat bertukar ilmu tentang cara penulisan berita dan siaran pers. Kegiatan Media Relations tersebut dijalankan sebagai bentuk upaya KPU Sulawesi Tengah agar dapat mengembangkan keterampilan sehingga siaran pers yang dikirimkan oleh Humas lembaga memiliki peluang yang tinggi untuk diterbitkan.

By Cooperations in Providing Material

KPU Sulawesi Tengah pada tahap awal yaitu persiapan, memberikan materi pembahasan kepada wartawan media massa sebagai insight sebelum pelaksanaan kegiatan. Kemudian, KPU Sulawesi Tengah melakukan koordinasi melalui media komunikasi WhatsApp, di mana dalam hal ini setiap kegiatan yang akan dilaksanakan akan terlebih dahulu disampaikan melalui grup tersebut. Setelah itu, lembaga kemudian menyurati pihak media yang secara resmi melalui undangan kegiatan. Adapun koordinasi yang dilakukan pada pelaksanaan kegiatan bersifat natural dan berjalan sesuai alur kegiatan, di mana media yang diundang untuk berpartisipasi ataupun meliput diberikan waktu dan hak untuk bertanya secara bebas.

By Providing Verification Facilities

KPU Sulawesi Tengah mengadakan fasilitas verifikasi kepada media massa melalui penyediaan *Media Center* sebagai tempat bagi media massa untuk berkumpul dan mencari informasi. *Media Center* dan Konferensi Pers merupakan beberapa sarana yang disiapkan oleh KPU untuk media massa apabila ingin mengumpulkan informasi dan melakukan verifikasi secara langsung ataupun tatap muka. Selain itu, KPU Sulawesi Tengah juga memiliki website resmi dan PPID sebagai sarana mencari informasi dan verifikasi secara *online* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Selain fasilitas dalam pelaksanaan verifikasi bagi media, KPU Sulawesi Tengah juga memberikan fasilitas dalam bentuk materi seperti penyediaan dana akomodasi bagi pihak media massa berupa uang transport dan uang saku. Selain sebagai tempat mengumpulkan informasi, *Media Center* juga disediakan oleh KPU sebagai tempat perkumpulan dari media-media massa, tempat tersebut dapat dijadikan sebagai tempat nongkrong bagi media yang datang ke kantor dan media yang datang disediakan fasilitas berupa wifi, kopi, dan konsumsi jika sedang tersedia.

Meski demikian, akomodasi yang disiapkan oleh KPU Sulawesi Tengah memiliki jumlah yang terbatas. Oleh karena itu, jumlah media massa yang diundang pada kegiatan tertentu disesuaikan dengan anggaran uang transportasi dan/atau uang saku yang disediakan. Upaya KPU Sulawesi Tengah dalam menyediakan fasilitas untuk melakukan verifikasi informasi dan penyediaan akomodasi tersebut merupakan salah satu usaha yang termasuk sebagai upaya pelaksanaan *Media Relations*.

By Building Personal Relationship with the Media

KPU Sulawesi Tengah menjalin hubungan personal dengan wartawan media massa melalui komunikasi yang dilakukan secara nonformal di luar jam kerja. KPU Sulawesi Tengah khususnya pihak Humas lembaga menganggap rekan-rekan media massa sebagai teman pada umumnya. Humas KPU Sulawesi Tengah menganggap wartawan media massa sebagai rekan yang selalu membantu lembaga di setiap tahapan pemilu maupun di luar kerja sama bisnis. Salah satu bentuk keakraban antara KPU Sulawesi Tengah dengan wartawan media massa yaitu interaksi dan kegiatan di luar jam kerja yang sering dilakukan oleh Ketua Divisi Humas selaku salah satu Komisioner KPU Sulawesi Tengah dengan wartawan-wartawan media massa. Adapun kegiatan yang biasa mereka lakukan yaitu kumpul bersama di rumah Ketua Divisi Humas, ngopi bareng, serta melakukan agenda-agenda tidak resmi lainnya di luar jam kerja.

Upaya membangun hubungan personal yang dilakukan oleh pihak KPU Sulawesi Tengah merupakan strategi *Media Relations* yang dijalankan dengan menerapkan sikap keakraban dengan media massa. Hubungan personal yang dibangun dilakukan melalui interaksi dan komunikasi di luar jam kerja yang kiranya dapat membantu lembaga dalam memahami wartawan secara pribadi. Pertemanan yang diciptakan dengan wartawan merupakan hal yang penting bagi lembaga agar lembaga dapat menciptakan keterbukaan, kejujuran, dan sikap saling menghormati profesi masing-masing dalam melakukan kerja sama *Media Relations*.

SIMPULAN

Berdasarkan penjabaran data-data hasil penelitian, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

KPU Sulawesi Tengah melakukan berbagai aktivitas *Media Relations* sebagai upaya pelaksanaan hubungan pers, diantaranya yaitu Press Release dan Press Events. Press Release dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah ketika lembaga mengadakan kegiatan yang tidak dihadiri oleh media massa, sehingga informasi yang tidak terliput oleh wartawan dapat diberitakan di media massa. Di sisi lain, kegiatan yang termasuk sebagai acara pers yang dilakukan oleh KPU Sulawesi Tengah sebagai upaya pelaksanaan *Media Relations* yaitu Media Gathering, Konferensi Pers, Special Events, Media Center, Media Award, Pelatihan Jurnalistik, Perjalanan Pers dan Press Luncheon.

Strategi *Media Relations* yang diterapkan oleh KPU Sulawesi Tengah yaitu: pelayanan terhadap media massa berupa layanan pengaduan customer service dan penyediaan informasi bagi media massa melalui sarana PPID, website, maupun kontak pribadi; memelihara reputasi baik dan kepercayaan media dengan memberikan informasi lengkap, akurat dan tidak berpihak; memasok naskah informasi dan turut berupaya agar penulisan dari siaran pers dapat memenuhi kriteria pemberitaan yang baik; melakukan kerja sama dalam pelaksanaan aktivitas *Media Relations* berupa koordinasi dan penyediaan materi sebagai persiapan pra- kegiatan; menyediakan fasilitas verifikasi secara langsung melalui Media Center dan secara *online* melalui dan PPID, serta menyediakan fasilitas materil seperti akomodasi, ruangan dan wifi sebagai fasilitas pendukung; dan membangun hubungan personal dengan wartawan melalui interaksi dan komunikasi di luar jam kerja.

REFERENSI

Abdurachman, Oemi. (2001). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Darmastuti, Rini. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations (Edisi Kelima, Daniel Yadin, Penerjemah)*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurudin. (2008). *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Rachmadi, F. (1992). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. (2002). *Manajemen Humas dan Komunikasi Konsep dan Aplikasi (Edisi Revisi, Cetakan Keempat.)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2003). *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Silvani, Irene. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. Medan: USU Press.
- Soemirat, Soleh., & Ardianto, Elvinaro. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations (Cetakan Ketujuh)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Wardhani, Diah. (2008). *Media Relations — Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yuliana, Nina. (2014). *Media Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.