

**“ STRATEGI MEDIA RELATION OLEH DINAS KOMUNIKASI
INFORMASI DAN STATISTIK (DISKOMINFOTIK) PROVINSI
LAMPUNG SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI PUBLIK”**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli
Madya (A.Md) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh :

Tharisa Sekar Fayie Adhisa

1906071009



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

LAMPUNG

2022

ABSTRAK

Strategi Media Relation Oleh Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik (DISKOMINFOTIK) Provinsi Lampung Sebagai Media Informasi Bagi Publik

Media memiliki peran yang sangat penting dalam membantu untuk menyebarluaskan informasi, membangun citra, memengaruhi, dan menginspirasi masyarakat. Tak hanya itu, media juga membantu sebuah institusi untuk berbicara kepada publik, mensosialisasikan kebijakan-kebijakan institusi, dan juga sebagai alat promosi. Namun, menjalin hubungan dengan media, diperlukan teknik-teknik public relations yang tepat dan sesuai, agar hasilnya dapat berjalan sesuai yang diinginkan. Oleh karena itu disinilah tantangan dan usaha yang perlu dipertahankan agar hubungan antara institusi dan media berjalan dengan lancar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu observasi, wawancara dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik selalu berusaha menjalin hubungan baik dengan wartawan berbagai media dalam melakukan strategi media relations. Selain melakukan hubungan baik dengan wartawan, Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik melakukan banyak kegiatan yang melibatkan banyak pihak untuk menjalin hubungan lebih luas Dengan melakukan beberapa Strategi Media Relations dengan contohnya yaitu Mengelola Relasi, Mengembangkan Strategi dan Mengembangkan Jaringan. Dengan Strategi tersebut berpengaruh dengan meningkatnya pemberitaan positif yang di dapat Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung. Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik mengapresiasi wartawan atas informasi yang dipublikasikan di media massa. Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik selalu terbuka dengan wartawan untuk mencari informasi serta selalu menjaga hubungan interpersonal yang baik agar hubungan wartawan berjalan dengan baik.

Kata kunci : Public Relations, Media Relations, Strategi Media Relations

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : STRATEGI MEDIA RELATION OLEH
DINAS KOMUNIKASI INFORMASI DAN
STATISTIK (DISKOMINFOTIK) PROVINSI
LAMPUNG SEBAGAI MEDIA INFORMASI
BAGI PUBLIK

Nama Mahasiswa : Tharisa Sekar Fayie Adhisa

Nomor Pokok Mahasiswa : 1906071009

Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom.,M.Med.Kom
NIP. 198909162019031015

2. Ketua Program Studi DIII Hubungan Masyarakat

Agung Wibawa, S.Sos.I.,M.Si
NIP. 198109262009121004

LEMBAR PENGESAHAN

1. Tim Penguji

Ketua : Eka Yuda G, S.I.Kom.,M.Med.Kom



.....

Penguji Umum : Wulan Suciska, S.I.Kom.,M.Si



.....

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 19610807 198703 2 001



Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 16 September 2022

PERNYATAAN

Saya yang bertanda dibawah ini :

Nama : Tharisa Sekar Fayie Adhisa

NPM : 1906071009

Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat

Alamat : Jl. Turi T5 Perumahan Wismamas Kemiling, Bandar
Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “ **STRATEGI MEDIA RELATION OLEH DINAS KOMUNIKASI INFORMASI DAN STATISTIK (DISKOMINFOTIK) PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI PUBLIK**” adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau dibuatkan orang lain. Apabila dikemudian hari hasil Tugas Akhir saya ada pihak lain yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademik saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dalam keadaan sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 17 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Tharisa Sekar Fayie Adhisa

NPM. 1906071009

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Pekalongan Jawa Tengah pada tanggal 25 April 2001. Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Hendardi Adi Wilopo dan Ibu Sekarsari Shinta Resmi. Penulis mulai menempuh pendidikan pada Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyah yang diselesaikan pada tahun 2007. Menempuh pendidikan formal antara lain Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Beringin Raya yang diselesaikan pada tahun 2013.

Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 14 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2016. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 7 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2019.

Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur Simanila Vokasi. Dan pada akhir perkuliahan, penulis melaksanakan magang di Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung pada Sub Bagian Pengelolaan Media Komunikasi Publik selama 40 hari dari tanggal 10 Januari 2022–09Maret2022.

MOTTO

**"Allah tidak membebani seseorang melainkan
sesuai dengan kesanggupannya."**

(QS. AL - BAQARAH 286)

**Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari
jalannya menemukanmu.**

(Ali Bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Yang Utama Dari Segalanya..

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, Alhamdulillah terimakasih Ya Allah atas segala rahmatMu, karuniaMu, nikmatMu, kasih sayangMu, perhatianMu, yang selalu menyertai. Memberikan kemudahan serta rahmat dalam proses penulisan Tugas Akhir sehingga dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.

Kupersembahkan Tugas Akhir ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

My Parents

Sebagai rasa terima kasih yang tiada terhingga kepada mama dan bapakku yang do'anya tak pernah putus untukku, yang penuh perjuangan dalam mengkuliahkan aku serta selalu memberikan dukungan baik moril ataupun materi yang tiada henti.

Keluarga Besarku Tersayang

Teruntuk Keluarga Besar yang sangat kucintai, terima kasih atas kasih sayang, dukungan dan doa-doa tulus yang diberikkan untukku. Semoga sebagai keponakan pertama bisa membuat kalian bangga.

Sahabatku

Teruntuk Dhea, Nanda, Anang, Rara, Corry selaku sahabat seperjuangan. Support system sekaligus tempat sharing segala suka maupun duka. Terimakasih atas dukungan dan hari-hari yang menyenangkan.

SANWACANA

Bismillahirrahmannirrahim

Assalamu'alaikum warahmatulahi wabarakatuh

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas Tugas Akhir dengan judul **“STRATEGI MEDIA RELATION OLEH DINAS KOMUNIKASI INFORMASI DAN STATISTIK (DISKOMINFOTIK) PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI PUBLIK”**

Tugas Akhir yang penulis susun ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Ilmu Komunikasi pada Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung.

Terlepas dari kekurangan yang ada, penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bimbingan, pengarahan, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu. Maka, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik .
2. Bapak Agung Wibawa S.Sos.I.,M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom.,M.Med.Kom Selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan menyediakan waktu dalam membimbing dan mengarahkan saya selama dalam penyusunan Tugas Akhir.
4. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si Selaku Dosen Penguji yang telah menguji saya dan memberi masukan yang membangun untuk saya.

5. Ibu Fri Rejeki Noviera, S.Kom., M.Si. selaku Pembimbing Akademik saya selama berkuliah di Diploma III Hubungan Masyarakat Universitas Lampung.
6. Seluruh Dosen pengajar program studi DIII Hubungan Masyarakat yang telah memberikan ilmunya kepada saya. Satu harapan semoga ilmu-ilmu yang telah saya dapatkan menjadi berkah dan bermanfaat untuk hidup dan masa depan.
7. Seluruh staf dan karyawan program studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Keluarga besar Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik terutama Bapak Ganjar Jatiyono selaku Kadis Kominfo, Bapak Alma Rostow selaku Sekertaris Kominfo, Bapak Rudy Iwan Taruna selaku Kasi Hubungan Media, Bapak Dandi Nursetia selaku Kasi Pengelolaan Media Komunikasi Publik Dan para staff liputan yang selalu memberikan arahan dan informasi serta membantu dan membimbing penulis mulai dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) hingga penyusunan Tugas Akhir.
9. Teman-teman Diploma III Hubungan Masyarakat, khususnya Humas 2019 atas kebersamaan selama ini.

Atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang membaca. Dengan iringan doa semoga bantuan mereka menjadi amal sholeh dan mendapat ridho dari Allah Swt atas apa yang telah diberikan kepada penulis.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh...

Bandar Lampung, 17 Agustus 2022

Tharisa Sekar Fayie Adhisa

NPM. 1906071009

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN	iii
SANWACANA	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Tentang Public Relations	6
2.1.1 Pengertian Public Relations	6
2.1.2 Tujuan Public Relations	6
2.1.3 Fungsi Public Relations	7
2.2 Public Relations Pemerintahan	8
2.2.1 Public Relations Dalam Pemerintahan.....	8
2.2.2 Peranan Public Relations Dalam Pemerintahan.....	8
2.2.3 Fungsi Public Relations Dalam Pemerintahan.....	9
2.3 Tinjauan Media Relations	10
2.3.1 Pengertian Media Relations	10
2.3.2 Fungsi Media Relations	11
2.3.3 Tujuan Media Relations	11
2.3.4 Kegiatan Media Relation	12
2.4 Strategi Media Relations	12
2.4.1 Strategi Media Relations	13
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
3.1 Profil Instansi	15
3.2 Visi dan Misi	17
3.3 Struktur Organisasi	18
3.4 Kegiatan Umum Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 HASIL	24
4.1.1 Strategi Media Relations Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung	25
4.2 PEMBAHASAN	36
4.2.1 Hambatan Media Relations di Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik	39

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran.....	41

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kantor Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung	15
Gambar 2 Struktur Organisasi.....	18
Gambar 3. Media Gathering dengan Badan Pusat Statistik (BPS)	27
Gambar 4. Press Gathering Kadis DISKOMINFOTIK Provinsi Lampung dengan Beberapa Media Partner	28
Gambar 5. Press Release website DISKOMINFOTIK	30
Gambar 6. Kadis DISKOMINFOTIK Provinsi Lampung menjadi juru bicara di acara Sosialisasi Kesadaran Bela Negara.....	31
Gambar 7. Apel pagi di halaman DISKOMINFOTIK Provinsi Lampung	31
Gambar 8. Kunjungan kerja Kadis DISKOMINFOTIK	32
Gambar 9. Media yang sudah bekerjasama dengan DISKOMINFOTIK	33
Gambar 10. Pertemuan lanjut dengan Jajaran Pengurus RAPI.....	34
Gambar 11. Forum Discussion oleh Kadis DISKOMINFOTIK.....	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Media relations merupakan bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dengan khalayak untuk mencapai tujuan pemerintah. Informasi menjadi konsumsi penting bagi khalayak secara umum dengan memberikan penilaian lebih kepada kinerja pemerintah di setiap informasi yang diberikan. Oleh karena itu, *Public Relations* dituntut untuk memberinkan informasi kepada khalayak secara menyeluruh di setiap kegiatan pemerintah.

Media Relations menurut Wardhani Diah (2008:1) adalah aktivitas komunikasi public relations/humas untuk menjalin hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian pengertian serta dukungan dalam bentuk publikasi organisasi yang maksimal dan balance (berimbang). Adapun pendapat Lesly dalam Iriantara (2011:29) mengatakan media relations sangat berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Dengan itu sebuah instansi harus memiliki hubungan media relations yang baik agar mendapat pemberitaan yang baik untuk instansinya.

Perkembangan media massa yang sangat pesat ini mempengaruhi kegiatan media relations yang dijalankan oleh instansi pemerintahan maupun swasta. Adapun kegiatan yang dilakukakan *Public Relations* Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung antara lain mengamati perkembangan media, target sasaran, dan isu – isu yang berkembang di masyarakat agar dapat menentukan strategi media relation yang tepat untuk instansinya.

Informasi yang tepat untuk disampaikan oleh media massa kepada masyarakat harus memiliki kredibilitas yang tinggi sehingga dapat mempengaruhi

pikiran, perasaan, sikap, perilaku. Pemberitaan yang ber-tone positif di media massa akan membentuk opini positif masyarakat terhadap instansi dan begitu sebaliknya, jika suatu instansi mendapatkan pemberitaan ber-tone negatif, maka akan membentuk opini negatif masyarakat. Dengan demikian, dalam menjalankan tugasnya, Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung dituntut untuk selalu berhubungan dengan khalayaknya secara luas, sehingga dalam hal ini dibutuhkan kehadiran media massa sebagai perantara kedua belah pihak untuk menjembatani komunikasi antara perusahaan dengan publiknya dengan tujuan menciptakan citra positif pemerintahan.

Oleh karena itu, *Public Relations* dan media tidak dapat dipisahkan satu sama lain karena keduanya saling membutuhkan untuk membentuk sinergi positif. *Public Relations* menjadi sumber berita atau informasi resmi, terupdate, lengkap dan akurat bagi media, sedangkan media menjadi sarana publisitas berita positif pemerintahan.

Sebagai seorang *Public Relations* tentunya harus menjaga citra perusahaan dalam kondisi apapun. Jika ada pemberitaan yang tidak sesuai maka dengan cepat membuat perencanaan dan diusulkan pada pihak yang berwenang. Membina hubungan baik dengan media adalah satu fungsi *Public Relations* sebagai alat pendukung untuk kepentingan proses publikasi dan juga untuk kelancaran komunikasi humas dengan publiknya. Sebagai bidang yang menjalankan fungsi Informasi dan Komunikasi Publik, DISKOMINFOTIK Lampung berusaha untuk menjalin hubungan media relations agar dalam penyampaian berita maupun informasi kepada masyarakat tidak ada yang ber-tone negatif dan membangun opini publik yang efektif.

Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung menjadi sangat penting dan strategis, terutama dikaitkan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan informasi pembangunan dan juga untuk pembentukan citra Pemerintah Provinsi Lampung, Terdapat berbagai alasan pentingnya berhubungan dengan media, media selain sebagai sarana informasi juga penting demi menjaga hubungan dengan publik yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan publik. Kepercayaan publik terhadap Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik

dibentuk melalui informasi yang disebar di media, sehingga bisa digunakan sebagai ukuran untuk memperoleh nilai positif serta apresiasi dari lingkungan yang ada.

Berdasarkan Latar Belakang tersebut penulis bermaksud melakukan penelitian terkait Strategi Media Relation yang dimana Media Relation di DISKOMINFOTIK melakukan cara berbagai kerjasama dengan banyak Media Massa. DISKOMINFOTIK sebagai Informasi Bagi Publik untuk mencapai tujuan yakni memberikan informasi kepada publik secara menyeluruh dan transparan disetiap kegiatan pemerintahan Provinsi Lampung. Maka dari itu penulis ingin meneliti lebih lanjut tentang Bagaimana “Strategi Media Relation oleh Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung Sebagai Media Informasi Bagi Publik”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka persoalan yang ingin diangkat dalam penelitian ini Bagaimana Strategi Media Relation yang sudah dilakukan oleh DISKOMINFOTIK untuk mendapatkan Informasi yang layak bagi publik?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini yaitu apa saja Strategi Media Relation yang sudah dilakukan oleh DISKOMINFOTIK untuk mendapatkan Informasi yang layak bagi publik

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

A. Kegunaan Teoritis : Secara teoritis hasil penelitian ini dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan strategi Humas Media Relations dalam suatu organisasi

dalam memberikan pengetahuan khususnya pada mahasiswa/wi Universitas Lampung

B. Kegunaan Praktis : Secara praktis Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan tukar pikiran oleh pihak Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik sebagai kontribusi dalam organisasi pemerintahan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat.

1.5 METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam penulisan ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan, pencatatan secara sistematis dari kejadian-kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal yang diperlukan untuk mendukung penelitian. Data hasil observasi ini nantinya akan diidentifikasi dan diselaraskan dengan data-data lainnya. Pengamatan ini dilakukan di Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik yang dapat dipergunakan untuk memperoleh data mengenai strategi Media Relations yang dilakukan oleh DISKOMINFOTIK dalam melaksanakan publisitas berita positif pemerintahan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi langsung yang dilakukan dengan proses tanya jawab kepada narasumber untuk memperoleh informasi dan keterangan yang dibutuhkan dalam penulisan Tugas Akhir. Wawancara dilakukan dengan mempersiapkan pertanyaan sesuai dengan penggalan data yang diperlukan dan kepada siapa wawancara tersebut dilakukan. Pada proses wawancara ini, Peneliti akan mewawancarai Kasi Pengelolaan Media Komunikasi Publik, Kasi Hubungan Media, dan salah satu Wartawan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan perolehan data atau informasi melalui dokumendokumen yang berupa arsip, dokumen elektronik, gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penulisan. Hasil dokumentasi juga berupa hasil press release, data hasil wawancara, foto dokumentasi yang diperoleh dari bagian Pengelolaan Komunikasi Publik DISKOMINFOTIK yang dapat mendukung data dan menambah validitas dari data-data yang dihasilkan.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis maupun dokumen elektronik, penelaahan terhadap buku, artikel, jurnal, literatur, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan penulisan Tugas Akhir sebagai bahan referensi yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 TINJAUAN TENTANG PUBLIC RELATIONS

2.1.1 PENGERTIAN PUBLIC RELATIONS

Istilah *public relations* dalam istilah bahasa Indonesia lebih dikenal dengan hubungan masyarakat atau Humas. Biasanya Humas sering digunakan dalam instansi pemerintah. Sebenarnya tidak ada perbedaan antara pengertian Humas dan *public relations*, keduanya sama dari segi pengertian, proses, tujuan, fungsi dan kegiatannya. Definisi dari *Public Relation* bisa saja berbeda-beda arti bagi masing-masing pihak. Ada yang melihatnya dari segi komunikasi, publikasi, manajemen, pemasaran atau periklanan, begitu kompleksnya. Definisi *Public Relations* menurut Anggoro yaitu “keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”.

Kegiatan *Public Relations* pada hakikatnya merupakan bagian dari teknik komunikasi dengan ciri khas komunikasi dua arah (*two way communication*) antara lembaga atau organisasi yang diwakilinya dengan publik atau sebaliknya. Setelah melakukan kegiatan komunikasi tersebut, pihak humas menganalisa untuk mengetahui efeknya atau *feed back*, apakah berdampak baik terhadap citra, atau sebaliknya menjadi negatif sehingga kurang menguntungkan posisi organisasi atau lembaga bersangkutan di mata masyarakat.

2.1.2 TUJUAN PUBLIC RELATIONS

Tujuan *public relations* secara umum/universal yang pada prinsipnya adalah menciptakan, memelihara, Meningkatkan citra yang baik dari orang atau perusahaan kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi dari pada publik yang bersangkutan dan memperbaiki jika citra menurun/rusak. Dalam

sebuah organisasi, *Public Relations* dibentuk atau digiatkan untuk menunjang manajemen yang berupaya untuk mencapai tujuan organisasi sehingga tujuan sentral Humas yang akan dicapai adalah tujuan organisasi.

Menurut Jefkins Frank (2004) tujuan *public relations* adalah: “Meningkatkan unfavorable image/citra yang buruk terhadap organisasi tersebut”. Sedangkan menurut Steinberg Charles tujuan *public relations* adalah: “Menciptakan opini publik yang favorable tentang kegiatan -kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan”.

Berbagai pendapat diatas, maka dapat dirumuskan tentang tujuan *public relations* secara umum/universal yang pada prinsipnya menekankan tujuan pada aspek citra/image. Citra merupakan salah satu tujuan penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan memiliki yang baik, sebuah perusahaan akan dinilai bonafid. Hal ini memberikan pengaruh pada tingkat kepercayaan publik-publiknya.

2.1.3 FUNGSI PUBLIC RELATIONS

Fungsi merupakan kegiatan operasional dari suatu benda atau lembaga. Mengenai istilah fungsi ini, Ralph Currier dan Allan C. Filley dalam bukunya “Principle of Management” diikuti oleh Effendy menyatakan bahwa “Istilah fungsi menunjukan suatu tahap yang jelas yang dapat dibedakan bahkan dari tahap pekerjaan lain”.

Fungsi *Public Relations* dalam suatu fungsi manajemen yang menggunakan penelitian dan upaya yang berencana dengan mengikuti standar-standar etis yaitu sebagai berikut :

- a. Suatu proses yang mencakup hubungan antara organisasi dengan publiknya.
- b. Analisa dan evaluasi melalui penelitian terhadap sikap dan opini dan kecenderungan sosial, dan mengkomunikasikan kepada manajemen agar dapat

dipastikan bahwa kebijaksanaan, tata cara dan kegiatan-kegiatan secara social dalam kepentingan bersama antara organisasi dengan publik.

c. Pelaksanaan dan penindakan program yang berencana, komunikasi dan evaluasi melalui penelitian.

d. Pencapaian itikad baik, pengertian dan penerimaan sebagai hasil akhir utama dari kegiatan humas

Fungsi utama *Public Relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan antara lembaga / organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan, motifasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga / organisasi.

2.2 PUBLIC RELATIONS PEMERINTAHAN

2.2.1 PUBLIC RELATIONS DALAM PEMERINTAHAN

Dalam dunia pemerintahan, *Public Relations* bertugas menjalankan kebijakan publik dan pelayanan publik. Salah satu kegiatan *Public Relations* pemerintahan dalam bidang kebijakan publik adalah memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat masyarakat, sedangkan dalam pelayanan public adalah memberikan pelayanan terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan terhadap masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif (Ardianto, 2014:239).

Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung juga melaksanakan tugasnya berpusat pada komunikasi. Berarti bahwa tidak ada aktivitas tanpa ada komunikasi secara langsung maupun secara tidak langsung, verbal maupun non verbal dengan bentuk apapun, karena dengan komunikasi kita bisa menciptakan persamaan pengertian mengenai informasi, ide, pemikiran, dan sikap kita terhadap orang lain sehingga terciptanya persamaan mengenai pesan tertentu sehingga mendapatkan suatu pengertian.

Kegiatan *Public Relations* menempati arti penting dalam kegiatan operasional sebuah institusi, baik institusi pemerintahan maupun swasta, karena fungsi dan tugasnya sebagai image builder (pembangunan citra) dari sebuah institusi. Institusi yang baik dan tertanam dalam benak masyarakat adalah institusi yang mempunyai citra positif, sehingga membuat publik menaruh keyakinan pada institusi tersebut. *Public Relations* juga mempunyai tugas pokok jam fungsi sebagai jembatan antara institusi dengan publik.

2.2.2 PERANAN PUBLIC RELATIONS DALAM PEMERINTAHAN

Asas dasar praktisi *Public Relations* dalam pemerintahan berdasarkan kepada dua fakta dasar. Fakta yang pertama adalah publik/ masyarakat punya hak untuk mengetahui informasi. Oleh karena itu, para pejabat pemerintah mempunyai tanggung jawab didalam memberi informasi kepada masyarakat. Fakta yang kedua yaitu, bagi para pejabat ada kebutuhan untuk menerima masukan dari masyarakat mengenai persoalan kebijakan dan persoalan sosial, untuk mendapatkan partisipasi juga dukungan masyarakat. Melalui proses komunikasi kedua belah pihak, pemerintah dan masyarakat dapat mencapai harapan yang sama.

Keseluruhan tujuan program *Public Relations* dalam pemerintah, baik itu humas pemerintah pusat atau daerah, paling tidak meliputi tiga hal. Pertama, memberi informasi kepada masyarakat tentang kegiatan-kegiatan pemerintahan. Kedua, melakukan kerjasama dan adanya partisipasi untuk program pemerintah, dan juga melaksanakan ketaatan yang berkaitan dengan peraturan. Ketiga, memelihara terhadap partisipasi warga negara atas program dan kebijakan yang dibuat pemerintah.

2.2.3 FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM PEMERINTAHAN

Public Relations dituntut untuk menghadapi dan mempunyai fungsi yang beragam, tentunya dengan bersikap profesional. Bersifat profesional, yaitu berfikir

secara luas, orientasi bertanggung jawab kepada masyarakat, pemahaman dan realisasi. Sehingga dari kegiatan kehumasan secara continue meminimalisasi munculnya keluhan, konflik, isu-isu dan sebagainya. Kegiatan kehumasan yang dilaksanakan dengan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi atau perusahaan, suasana kerja yang kondusif, peka terhadap karyawan yang perlu pendekatan khusus, perlu dimotivasi dalam meningkatkan kerjanya. Itu semua menunjukkan bahwa humas berakar pola pikir pragmatis dan harmonis, terutama dalam meminimalkan konflik, dengan menggunakan pendekatan, komunikasi timbal balik akan sangat membantu menemukan strategi bagaimana mengatasi konflik.

Kaitanya dengan fungsi-fungsi pemerintahan, kehumasan adalah hal yang sangat esensial dan komponen yang terintegrasi dengan pelayan publik atau kebijakan publik. Aktivitas humas profesional akan memastikan manfaat diterima oleh warga negara yang merupakan tujuan dari kebijakan publik atau pelayanan.

Kegiatan *Public Relations* dalam lembaga pemerintahan merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi dan kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintahan dan kepada masyarakat. Terutama di Indonesia lembaga kehumasan sangatlah diperlukan. Kegiatan kehumasan ini merupakan kelanjutan dari proses penetapan kebijakan pemerintah, pemberi layanan informasi kepada masyarakat, sehingga dapat memperoleh kepercayaan dari publiknya, yaitu masyarakat dalam arti luas. Maka dari itu sikap dan pelayanan yang baik sangat penting demi terciptanya citra yang baik.

2.3 TINJAUAN MEDIA RELATIONS

2.3.1 PENGERTIAN MEDIA RELATIONS

Media relations merupakan salah satu program Humas untuk membangun hubungan dan komunikasi dengan publik. Peranan media sangat berpengaruh dalam pembentukan citra Pemerintah Provinsi Lampung yang baik di media

masyarakat, karena produk dari DISKOMINFOTIK berupa berita yang dikonsumsi langsung oleh masyarakat.

Pemberitaan yang kurang baik akan membawa dampak yang kurang baik juga terhadap citra perusahaan/organisasi, begitu pula pemberitahuan yang baik akan membawa dampak yang baik juga terhadap citra perusahaan/organisasi. Oleh sebab itu, Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung harus menjalin hubungan yang baik dengan media. Menjalinkan komunikasi yang baik, dengan memberikan informasi yang faktual merupakan salah satu cara untuk menjalin hubungan yang baik dengan media. Hal ini berkaitan dengan fungsi Humas yaitu menjalankan media relations.

2.3.2 FUNGSI MEDIA RELATIONS

Fungsi Media Relations secara umum yaitu Menjalinkan hubungan baik antara perusahaan/instansi dengan media, Mendekatkan diri dengan media sehingga ada kemudahan akses dalam publikasi dan Meningkatkan fungsi publisitas di media.

Johnson & Johnson dalam Wahidin (2014) menegaskan bahwa media memiliki peran serta fungsi yang sangat penting bagi perusahaan, diantaranya:

- a. Pertama, fungsi media relations dapat meningkatkan citra perusahaan
- b. Meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- c. Meningkatkan point of selling dari produk dan jasa.
- d. Membantu perusahaan keluar dari komunikasi krisis.
- e. Meningkatkan relasi dari beragam publik, seperti terhadap lembaga pemerintahan, perusahaan-perusahaan, organisasi kemasyarakatan, maupun individu

2.3.3 TUJUAN MEDIA RELATIONS

Langkah yang diambil pada saat menentukan fungsi media relations, tentu diharapkan dapat sesuai dengan sasaran yang akan dicapai oleh *Public Relations*. Sasaran sebagai tujuan dari sikap atau tindakan yang diambil tanpa melahirkan masalah baru dari keputusan yang diambil. Menjalankan fungsi *Public Relations* dengan menggunakan media relations sebagai strategi adalah keputusan yang tepat karena maju mundurnya perusahaan sangat bergantung dengan harmonisasi hubungan antara pers dengan perusahaan.

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

Tujuan media relations bagi instansi menurut Rachmadi dalam (Wardhani, 2008:13) adalah sebagai berikut :

1. Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga atau organisasi yang baik untuk diketahui umum.
2. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media liputan, laporan, ulasan, tajuk yang wajar , obyektif, dan seimbang (balance) mengenai hal – hal yang menguntungkan lembaga dan instansi.
3. Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembaga atau instansi.
4. Untuk melengkapi data atau informasi bagi pimpinan lembaga maupun organisasi mengenai keperluan pembuatan penilaian (asememnt) secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan lembaga atau instansi.
5. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.

2.3.4 KEGIATAN MEDIA RELATIONS

Kegiatan media relations, *Public Relations* dituntut untuk melakukan kerja sama dengan media, baik secara fungsional maupun individual dalam berbagai cara. Dalam upaya membina hubungan media, *Public Relations* melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media.

Perusahaan/organisasi dalam menjalankan kegiatan Media Relations pada umumnya adalah perusahaan yang sangat membutuhkan dukungan media massa dalam mencapai tujuan.

Kegiatan Media Relations dijalankan oleh *Public Relations* untuk menjaga hubungan baik dengan media. Apabila perusahaan/organisasi telah dikenal baik oleh media, maka diharapkan jika terdapat undangan liputan, media akan datang dan mempublikasikan informasi organisasi secara suka rela. Bila terjadi krisis, maka media juga mampu menghasilkan publikasi yang berimbang, tidak semata menyudutkan perusahaan/organisasi dan berakibat pada pembentukan image negatif.

2.4 STRATEGI MEDIA RELATIONS

2.4.1 STRATEGI MEDIA RELATIONS

Strategi Media Relations adalah suatu usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi *Public Relations* dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari perusahaan atau organisasi yang bersangkutan. Media relations merupakan bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. (Iriantara 2011:32).

Menurut Iriantara dalam bukunya media relations konsep, pendekatan, dan praktik (2005:80-97) memaparkan bahwa strategi media relations terdiri dari:

1) Mengelola Relasi, Mengelola relasi yang baik dengan media menjadi sangat penting untuk menunjang kegiatan *Public Relations*. Hal ini dimaksudkan agar organisasi dapat berkomunikasi dengan baik oleh publiknya. Dalam Mengelola Relasi media massa, *Public Relations* bukan hanya menjalin hubungan baik dengan institusi media massa saja, melainkan juga dengan para wartawan. Dalam menjalin relasi yang baik antara *Public Relations* dengan institusi media massa dan wartawan hal terpenting yang harus diperhatikan adalah hubungan antara dua profesi yang saling membutuhkan.

2) Mengembangkan Strategi, Setelah relasi dengan media terjalin dan terpelihara dengan baik, maka *Public Relations* harus tetap mengembangkan strategi guna untuk lebih memaksimalkan strategi yang sudah ada. Beberapa upaya pengembangan strategi dengan cara, mengembangkan materi-materi *Public Relations* untuk media massa, menambah jumlah media untuk menyampaikan pesan kepada publik, membangun dan memelihara kontak dengan relasi baru, mempromosikan organisasi sebagai sumber informasi handal untuk media massa, serta mempromosikan pimpinan organisasi juru bicara di berbagai kegiatan.

3) Mengembangkan Jaringan, Mengembangkan jaringan merupakan aspek pokok dalam media relations. Beberapa cara untuk mengembangkan jaringan adalah memasuki organisasi-organisasi profesilain, nasional, samapai internasional. Memasuki organisasi profesi kehumasasn seperti perhumas merupakan salah satu organisasi yang akan memperluas jaringan seorang dalam bidang kehumasaan. Selain itu mempunyai kontak dengan organisasi profesi lain seperti wartawan, menjadi sangat penting guna memperluas jaringan *Public Relations* dengan dunia media massa.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 PROFIL INSTANSI



Gambar 1. Kantor Dinas Kominfo dan Statistik Provinsi Lampung

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, ditegaskan bahwa salah satu prinsip Otonomi Daerah adalah diberikannya kewenangan Pemerintah Daerah yang seluas-luasnya untuk mengatur semua urusan pemerintahan, diluar urusan Pemerintah Pusat. Kemudian melalui otonomi luas, Pemerintah Daerah juga diharapkan mampu meningkatkan daya saing yang tinggi, dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, serta keanekaragaman daerah yang bertujuan untuk peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat.

Sejalan dengan semakin meningkatnya perkembangan teknologi informasi, maka dibentuklah Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung pada Tahun 2008, dan mengalami perubahan struktur organisasi pada Tahun 2014 dimana Bidang Humas bergabung dengan Protokol membentuk Biro Humas dan Protokol. Pembentukan Dinas Komunikasi dan Informatika di Provinsi Lampung

berdasarkan pada Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 13 Tahun 2009 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 4 Tahun 2014 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas sebagai Bagian dari Perangkat Daerah Pemerintah Provinsi Lampung dan terakhir dengan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Lampung dan terakhir dengan Peraturan Gubernur Lampung Nomor 64 Tahun 2017 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Rincian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Lampung. Dinas Komunikasi dan Informatika yang beralamat di WR Monginsidi No. 69 Telukbetung. Tugas pokok DISKOMINFOTIK Provinsi Lampung adalah melaksanakan kewenangan daerah di bidang komunikasi dan informatika sesuai dengan kebijakan Kepala Daerah. Untuk mencapai hasil yang optimal dalam pelaksanaan tugas pokok tersebut, perlu disusun suatu perencanaan strategik yang meliputi keseluruhan pembagian tugas dari masing-masing bidang di lingkungan Diskominfo Provinsi Lampung, guna dijadikan sebagai pedoman dan arahan bagi seluruh pegawai/staf dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung yang akan dicapai, sekaligus untuk dijadikan tolok ukur dalam melakukan evaluasi kinerja dalam setiap tahunnya sebagaimana ketentuan yang ditetapkan dalam Inpres Nomor 7 Tahun 1999 tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (AKIP).

Berdasarkan Peraturan Gubernur Nomor 11 Tahun 2014, Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung mempunyai tugas menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan provinsi di bidang komunikasi dan informatika berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, dekonstruksi dan tugas pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Gubernur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud di atas, Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai fungsi:

- a. perumusan kebijaksanaan, pengaturan dan penetapan standar bidang telekomunikasi skala provinsi;
- b. pemberian bimbingan teknis di bidang sarana, pelayanan, kinerja operasi telekomunikasi khusus dan kewajiban pelayanan universal skala wilayah;
- c. pelaksanaan koordinasi dan pengawasan layanan dan pemberian rekomendasi pertimbangan teknis terhadap permohonan izin penyelenggaraan jaringan tetap lokal cakupan provinsi;
- d. pemberian rekomendasi galian untuk keperluan penggelaran kabel telekomunikasi lintas kabupaten/kota;
- e. fasilitasi pelaksanaan koordinasi penyelenggaraan pos dan telekomunikasi serta penggunaan frekwensi radio di daerah perbatasan negara tetangga;
- f. pelaksanaan evaluasi persyaratan administrasi dan data teknis terhadap permohonan rekomendasi penyelenggaraan penyiaran; g. pelaksanaan koordinasi dan fasilitasi pemberdayaan komunikasi sosial dan pengembangan kemitraan media skala provinsi;
- h. pelaksanaan koordinasi dan fasilitasi di bidang kehumasan, pengkajian dan pengembangan informasi, pengolahan data dan informatika;
- i. pelayanan administratif;
- j. pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

3.2 VISI DAN MISI

Menurut Wibisono (2006) visi ialah serangkaian kata-kata atau kalimat yang mengungkapkan impian, cita-cita, rencana, harapan suatu perusahaan, organisasi yang ingin dicapai di masa yang akan datang. Visi juga bisa dikatakan sebagai sesuatu yang sangat dibutuhkan bagi organisasi demi menjamin kesuksesan dan kelestarian perusahaan atau organisasi jangka panjang. Dengan

kata lain bisa bahwa visi merupakan “want to be” dari perusahaan ataupun organisasi.

Sedangkan misi adalah ungkapan maksud dan tujuan yang unik atau yang mampu membedakan Institusi satu dengan yang lainnya, singkatnya misi harus mencerminkan keunikan atau keunggulan dari suatu Institusi.(Dr Fitri L & M Hamdani, 2011). Berikut ini visi dan misi dari Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung

a. Visi

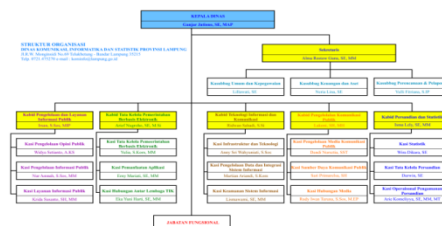
Terwujudnya Pusat Informasi dan Komunikasi Untuk Menunjang Pembangunan Daerah Menuju Lampung Unggul dan Berdaya Saing

b. Misi

Meningkatkan Daya Dukung Infrastruktur Teknologi Komunikasi dan Informasi Untuk Memperluas Akses Masyarakat Terhadap Informasi Pemerintahan Provinsi Lampung

3.3 STRUKTUR ORGANISASI

Struktur organisasi adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara fungsi yang terdapat dalam suatu organisasi. Struktur organisasi sangat penting sekali bagi perusahaan karena dengan adanya struktur organisasi memudahkan dalam mengkoordinir pelaksanaan tugas dan tanggung jawab. Dalam menyusun struktur organisasi hendaklah jelas tujuan dan sasaran dari perusahaan, dan siapa yang mempunyai wewenang atas setiap bagian dari pekerjaan. Berikut ini adalah Struktur dari DISKOMINFOTIK



Gambar 2. Sturuktur Organisasi

Berdasarkan Gambar tersebut, berikut Susunan Organisasi pada Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung :

- Kepala Dinas.
- Sekretariat, membawahi:
 - Sub Bagian Umum dan Kepegawaian.
 - Sub Bagian Keuangan. dan
 - Sub Bagian Perencanaan.
- Bidang Pos dan Telekomunikasi, membawahi:
 - Seksi Pos.
 - Seksi Telekomunikasi. dan
 - Seksi Standar Teknis Pos dan Telekomunikasi.
- Bidang Informatika, membawahi:
 - Seksi Pengembangan Aplikasi.
 - Seksi Sistem Informasi. dan
 - Seksi Kemitraan Telematika.
- Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi, membawahi:
 - Seksi Standarisasi Penyiaran dan Media:
 - Seksi Usaha Penyiaran. dan
 - Seksi Sarana Teknologi Penyiaran.
- Bidang Informasi Publik membawahi:
 - Seksi Pengelolaan Pendapat Umum.
 - Seksi Informasi POLHUKAM. Dan

- Seksi Informasi Kesra dan Perekonomian

- Kelompok Jabatan Fungsional, terdiri dari sejumlah jabatan fungsional yang terbagi dalam berbagai kelompok sesuai dengan bidang keahlian dan keterampilannya.

- Unit Pelaksana Teknis Dinas Daerah (UPTD) Berikut merupakan penjelasan singkat mengenai jabatan yang terdapat pada struktur organisasi Bappeda, sebagai berikut :

a) Sekretariat dipimpin oleh seorang Sekretaris yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

b) Bidang-Bidang dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

c) Sub Bidang masing-masing dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang yang bersangkutan

3.4 Kegiatan Umum Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung

Berdasarkan peraturan Gubernur Lampung Nomor 11 Tahun 2014 berikut merupakan tugas dan tanggung jawab masing-masing bidang dan sub bagian Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung:

a. Sub Bagian Peliputan dan Dokumentasi

Untuk melaksanakan tugas dan fungsi bagian hubungan masyarakat dibantu oleh sub bagian yang berkedudukan sebagai unsur pembantu Kepala Bagian, Sub bagian Peliputan dan Dokumentasi pada Bagian bidang pengelolaan publik memiliki tugas pokok dan fungsi untuk membantu Kepala Bagian pengelolaan publik dalam menjalankan fungsi peliputan, pendokumentasian dan

perumusan kebijakan mengenai tata laksana kehumasan Pemerintah Provinsi Lampung menyelenggarakan tugas tersebut, Sub Bagian Peliputan dan Dokumentasi mempunyai Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi) antara lain :

1. Menyusun rencana kerja subbagian peliputan dan dokumentasi.
2. Menginventarisasi jumlah media cetak, elektronik dan online.
3. Menyiapkan rencana dan melaksanakan peliputan serta pendokumentasian kegiatan pemerintah daerah.
4. Menyiapkan bahan untuk menyelenggarakan konferensi pers.
5. Menyiapkan bahan dokumentasi untuk kegiatan pameran.
6. Menyiapkan bahan dokumentasi kegiatan pimpinan dan pemerintah daerah dalam bentuk foto maupun audio visual.
7. Menyiapkan, menyimpan, dan memelihara peralatan.
8. Menyiapkan koordinasi pengumpulan data dan informasi sebagai baha penerbitan.
9. Menghimpun berita aktual harian pemberitaan media massa.
10. Pengadaan sarana dan sarana pendukung kegiatan pengelolaan informasi dan dokumentasi.
11. Membuat siaran pers.
12. Membuat konsep dan menyusun materi informasi publik yang akan dipublikasikan melalui teknologi informasi tenaga kehumasan pemerintah.
13. Merencanakan dan mengusulkan pengadaan infrastruktur penunjang tugas kehumasan.
14. Meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia dibidang kehumasan.
15. Melakukan klasifikasi, penyimpanan dan pemeliharaan informasi dan dokumentasi.

16. Menyusun standar operasional prosedur subbagian peliputan
17. Membuat laporan bulanan dan tahunan.
18. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

Berdasarkan pengelompokan prioritas tupoksi tersebut, dapat disimpulkan bahwa fungsi utama Sub Bagian Peliputan dan Dokumentasi, berkaitan erat dengan kegiatan pengumpulan data dan informasi dokumentasi kehumasan (melalui kegiatan peliputan), kegiatan penyusunan materi publikasi informasi publik, dan kegiatan pengarsipan hasil dokumentasi kegiatan peliputan kehumasan (melalui kegiatan dokumentasi).

b. Sub Bagian Komunikasi Publik

Tugas bagian pengelolaan data dan informasi yaitu membuat dan menyampaikan Laporan Pertanggung jawaban terhadap pelaksanaan Pendapatan dan Belanja yang telah dianggarkan setiap tahun, yang secara lengkap menggunakan seluruh kegiatan yang telah dilakukan berdasarkan tugas pokok dan fungsi organisasi, serta sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan yang telah dilaksanakan pada tahun sebelumnya yang merupakan input untuk menyusun Anggaran Pendapatan dan Belanja tahun berikutnya,⁷⁷ dengan rincian tupoksi kerja sebagai berikut:

1. Menyusun rencana kerja subbagian pengolahan data dan informasi.
2. Melaksanakan pemetaan dan monitoring isi strategis.
3. Menyiapkan bahan penyaringan informasi yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah baik pusat maupun daerah, masyarakat umum dan organisasi non pemerintah.
4. Menyiapkan bahan kliping pemberitaan di surat kabar/majalah mengenai umpan balik masyarakat terhadap kebijakan pimpinan sebagai bahan masukan bagi pimpinan untuk menentukan kebijakan selanjutnya.

5. Menyiapkan bahan informasi tentang berita atau isu yang beredar dimasyarakat guna bahan tanggapan.
6. Menyampaikan dan menyusun rancangan Keputusan Walikota dan Keputusan Sekretaris daerah.
7. Menyusun analisis jabatan, analisis beban kerja, peta jabatan dan uraian tugas terhadap seluruh jabatan pada bagian hubungan masyarakat.
8. Menyusun standar operasional prosedur pada bagian hubungan masyarakat.

Dapat di simpulkan bahwa fungsi utama sub bagian pengelolaan data dan informasi, bertugas mengelolah seluruh data laporan Humas yang telah di publikasikan, membuat laporan tahunan, membuat majalah Provinsi Lampung dan lainnya yang menyangkut data-data pekerjaan Humas dalam kegiatan Pemerintah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Strategi Media Relations yang sudah dilakukan DISKOMINFOTIK meliputi Mengelola Relasi yang dimana DISKOMINFOTIK melakukan kegiatan Media Gathering dan Press Gathering dengan tujuan membangun relasi, Mengembangkan Strategi yang dilakukan DISKOMINFOTIK salah satunya Press Release dengan tujuan menyampaikan berita secara fakta dan akurat kepada publik tentang kegiatan Pemerintahan yang transparan, Menjadi Juru Bicara diacara penting yang dilakukan oleh Kepala Dinas DISKOMINFOTIK dengan tujuan informasi yang disampaikan tepat sasaran ke publik, Apel Pagi yang tujuannya untuk briefing seputar liputan dengan para wartawan kedepannya, Kunjungan Kerja yang dilakukan Kepala Dinas DISKOMINFOTIK yang bertujuan agar tetap terjalin nya silaturahmi dan kerjasama, Mengembangkan Jaringan yang telah dilakukan DISKOMINFOTIK selama ini salah satunya bekerja sama dengan beberapa organisasi yang akan mengadakan special event internasional maupun nasional dan membuka forum grup discussion yang dilakukan guna membangun hubungan yang harmonis antara instansi dengan media untuk mendapat publisitas berita positif pemerintahan yang maksimal. Strategi Media Relations Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada media tentang kesiapan dan keterbukaan informasi yang dibutuhkan mereka. Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Lampung selalu berupaya untuk menyampikan informasi kepada masyarakat secara cepat dan evisien. Kerja Sama menjadikan media sebagai mitra yang berkomitmen untuk membantu mempublikasikan berita positif pemerintahan secara maksimal dan berhenti menyebarkan berita negatif pemerintahan dengan menjalin komunikasi yang baik dengan pembahasan kerja sama dengan berbagai media partner.

5. 2 Saran

Berdasarkan hasil observasi penulis di Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik tentang strategi Public Relations melalui kegiatan-kegiatan Media Relations, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik membuat pola perencanaan yang sistematis dalam pelaksanaan kegiatan Media Relations sehingga kegiatan saat liputan tidak terlambat dan agar dapat terencana dengan baik untuk mendapatkan publisitas berita positif yang maksimal guna meningkatkan reputasi positif pemerintahan di mata publik.
2. Sebaiknya Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik dapat meningkatkan kecepatan dalam pemberian produksi berita agar tidak menjadi berita yang basi dan tidak menarik lagi bagi masyarakat.
3. Sebaiknya Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik sesekali dapat melakukan promosi dengan beberapa selebgram atau bahkan artis yang aktif di social media agar berita yang di upload oleh Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik dapat menjadi trending yang bahkan bisa banyak orang yang minat untuk membacanya.
4. Sebaiknya Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik yang sudah bekerjasama dengan berbagai wartawan agar lebih dibuat menarik untuk beberapa judul berita yang akan di upload agar dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk yang membacanya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Alvonco, Johnson. 2014. *Practical Communication Skill*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Anggoro. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta : Bumi Aksara

Ardianto, Elvinaro, 2014, *Komunikasi Massa*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Davis, Ralph Currier dan Allan C. Filley. (1973). *Principles of Management*. Penerbit: Alexander Hamilton Institute. New York.

Iriantara.Yosal (2011). *Hubungan media. Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Jefkins, Frank ; Daniel Yadin. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

Rachmadi, F. 1992. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, Rosady S. M. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Publik Relation*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

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

Jurnal

Fadillah, Siti Sekar Ayu, Dwi Kartikawati. (2020). *Aktivitas Media Relations Konsultan Public Relations Media Buffet dalam Membantu Pembentukan Citra*

Perusahaan Klien: Jurnal Komunikasi Universitas Garut : Hasil Pemikiran dan Penelitian, 6(2), 552-558.

Utami, Robiyani Yulia. (2017) Strategi Media Visit dalam Membina Hubungan Baik dengan Pers: Jurnal Riset Komunikasi. 158-167.

Adnin, Saffanah Dhehan, Dadan Suherdiana, Abdul Aziz Ma'arif. (2021). Strategi Media Relations dalam Membangun Reputasi Perusahaan: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat, 4(2), 213-215

Sutama, I Made, I Made Astika, Kadek Naya Widyatnyaya. (2007). Struktur dan Kebahasaan Berita Feature Kompas: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. 41-45.

Olga, Sandra. (2014). Strategi Media Relations Ciputra World Surabaya dalam Special Event Halloweenation 2013: Jurnal E-Komunikasi, 2(1), 2-7.

Sumber Lainnya

Website Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik
www.diskominfotik.lampungprov.go.id

Nauval Hafidz, 2010, Pengertian dan Fungsi Public Relation,
<http://www.Relationship.com> (Diakses pada 25 Juli 2022)

Sutisna, 2009, publik relation, <http://www.humasorganisation.com> (Diakses pada 25 Juli 2022)

Arsip Dokumen Ruang Sub Bagian Pengelolaan Komunikasi Publik