



**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA KAB. LIMA PULUH KOTA DALAM PELAYANAN
INFORMASI PUBLIK**

SKRIPSI

Ditulis sebagai Syarat untuk Menyelesaikan Pendidikan

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

IAIN Batusangkar

Oleh:

HERBI RAHMADI

1730302021

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (BROADCASTING)
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing SKRIPSI atas nama HERBI RAHMADI, NIM : 1730302021 dengan judul, "STRATEGI MEDIA RELATION DINAS KOMINFO KABUPATEN LIMA PULUH KOTA DALAM PELAYANAN INFORMASI PUBLIK", memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat di setujui lanjutan untuk sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini di berikan untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinyaa.

Batusangkar, Desember 2021
Pembimbing



Marhen. S.Sos. L. M. Pd. I
NIDN. 2020037801

1 SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Herbi Rahmadi

Nim : 1730302021

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Strategi Media Relation Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik**" adalah benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagai mana semestinya.

Batusangkar, 10 Desember 2021

Saya Yang Menyatakan,



HERBI RAHMADI
NIM. 1730302021

ABSTRAK

Herbi Rahmadi. Nim. 1730302021. Strategi *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika kab. Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (Broadcasting). Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2022.

Penelitian ini membahas tentang pelayanan informasi publik kab. Lima Puluh Kota. Pentingnya *Media Relations* yang dilakukan sejumlah instansi pemerintahan yang berimplikasi pada kebijakan pemerintah sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat, salah satunya di Dinas Komunikasi dan

Informatika (Diskominfo) kabupaten Lima Puluh Kota permasalahan terkait dengan *Media Relations* dan pelayanan informasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *media relations* yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika kabupaten Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dari penelitian ini adalah kepala bidang komunikasi publik, kasi layanan media dan kehumasan, kasi monitoring opini dan aspirasi publik, kasi pengolahan media komunikasi publik.

Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa, dalam Pelayanan Informasi Publik, Dinas Komunikasi dan Informatika kabupaten Lima Puluh Kota menggunakan strategi *media relations*. Strategi *media relations* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika kabupaten Lima Puluh Kota di antaranya yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan. Dengan begitu diketahui bahwa masing-masing peran sudah menjalankan fungsinya dengan baik sehingga tujuan dari kedua belah pihak dapat tercapai.

Kata Kunci : Strategi, *Media Relations*, Pelayanan Informasi Publik

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul “Strategi *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika kab. Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik.” ini. Shalawat beserta salam peneliti sampaikan kepada Rasulullah SAW. Yang telah membawa petunjuk berupa Alquran dan Hadist sebagai pedoman hidup bagi seluruh umat manusia.

Skripsi ini adalah untuk melengkapi syarat-syarat dan tugas untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Selanjutnya, dalam skripsi ini banyak bantuan, motivasi, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil yang peneliti terima. Dengan ketulusan dan kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Marjoni Imamora, M.Sc selaku Rektor IAIN Batusangkar.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, bapak Dr. Akhyar Hanif, M.Ag selaku penanggung jawab terhadap berlangsungnya proses belajar mengajar di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam ibunda Romi Maimori, S.Ag., M.Pd. Atas bantuan, motivasi dan dukungan dalam mencapai gelar Sarjana di Perguruan Tinggi ini.
4. Bunda Dr. Gustina, M.Pd, selaku pembimbing akademik yang selalu membimbing dan memotivasi peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Marhen, S.Sos. I., M.Pd. I pembimbing yang telah memberikan motivasi, semangat, serta mengarahkan dan membimbing peneliti sampai selesainya skripsi ini.
6. Para dosen, pegawai administrasi, seluruh karyawan dan seluruh civitas akademika Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Batusangkar karena peran dan keberadaan mereka Skripsi ini dapat diselesaikan.

7. Seluruh mahasiswa KPI angkatan 17 yang selalu berjuang dalam meraih cita-cita dan telah memberikan bantuan dan motivasi selama penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi dan semangat serta sumbangan pemikirannya kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Teristimewa kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moril dan materil serta kasih sayangnya yang selalu diberikan kepada peneliti. Berkat segala pengorbanan dan doa mereka, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terakhir, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini ada kekhilafan dan kekeliruan, baik teknis maupun isinya. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Batusangkar, Januari 2022
Peneliti,

Herbi Rahmadi
NIM. 17 3030 2021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

ABSTRAKi

KATA PENGANTAR.....ii

DAFTAR ISI.....iii

DAFTAR BAGAN.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Sub Fokus Penelitian	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	7
F. Definisi Operasional	8
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	10
A. Media Massa	10
B. Komunikasi Publik	16
C. Media Reltions	18
D. Pelayanan Informasi Publik	23
E. Penelitian Relevan	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Latar dan Waktu Penelitian	31
C. Instrument Penelitian.....	31
D. Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data	37
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN HASIL	37
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
B. Sejarah dan Profil Dinas Komunikasi dan Informatika kab. Lima Puluh Kota	33
C. Temuan Penelitian	51
D. Pembahasan	64

BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1:Struktur Kepegawaian Dinas Komunikasi dan Informatika	43
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Kerjasama Kominfo dengan radio safasindo	55
Gambar 4.2. Website Resmi Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota	58
Gambar 4.3. Kerjasama Diskominfo dengan Wartawan Lokal	60
Gambar 4.4. Kerjasama Diskominfo dengan RRI Bukittinggi	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1: Pedoman Wawancara

Lampiran2: Surat Rekomendasi Izin Penelitian

Lampiran3: Surat Izin Penelitian

Lampiran4: Surat Pernyataan Selesai Penelitian

Lampiran5: Foto Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap instansi baik pemerintah, perusahaan, ataupun lembaga lainnya pasti mempunyai tanggung jawab atas pengolahan informasi. Dinas komunikasi dan Informatika (Diskominfo) merupakan instansi sebagai penyedia informasi, mengsosialisasikan program dan pemberian solusi untuk pengolahan data pemerintahan baik melalui media elektronik maupun online. Penyebarluasan informasi yang efektif perlu melibatkan publik pemanfaatan berbagai sarana dan media komunikasi sehingga masyarakat mengetahui, memahami, dan mendukung program dan kebijakan pembangunan pemerintahan. Tugas sebagai penyebaran informasi kepada masyarakat dibutuhkan sarana media. Media berperan sangat penting dalam penyebaran informasi. Secara keseluruhan, cakupan dinas komunikasi dan informatika pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota mengidentifikasi tiga persoalan utama di ruang publik yang harus dikelola dalam rangka mencapai tujuan, yaitu untuk memenuhi hak pemberitahuan informasi ke publik, mengakomodasi aspirasi masyarakat, dan meningkatkan citra positif lembaga pemerintah khususnya di kabupaten. Lima Puluh Kota.

Media relations juga dapat dikatakan sebagai alat untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai sebuah informasi misalnya aktivitas sebuah lembaga atau organisasi tersebut melalui publikasi lewat media massa. Diharapkan pesan yang melalui media dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. *Media relations* pada dasarnya berkenaan dengan memberikan informasi atau memberikan tanggapan mengenai isu dalam lembaga atau organisasi tersebut, dimana jika media tersebut telah menjalin hubungan dengan baik maka pemberitaan yang akan disampaikan oleh media kepada masyarakat luas pun akan baik. Sebuah lembaga, baik itu lembaga independen atau

lembaga pemerintah di Indonesia menyadari akan pentingnya media massa. Media massa, dalam hal ini termasuk radio dan televisi di nilai memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini khlayak. Konteks *corporate* pun, media massa memegang peranan sebagai sumber informasi dan pembentukkan opini publik dan dapat menimbulkan citra suatu organisasi.

Media massa memiliki potensi untuk membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat dan perilaku, mendorong tindakan, dan ada juga yang menyebutkan bahwa media massa bisa membantu kita merumuskan cara memandang dunia. Kekuatan dan kemampuan yang dimiliki oleh media, maka peran media tidak dapat diabaikan begitu saja dalam program dan kegiatan dinas kominformasi.

Tujuan utama dari media massa adalah sebagai sarana untuk melayani kebutuhan akan informasi kepada publik. Hal ini menjadikan media sebagai tempat menyalurkan berbagai pesan dan aspirasi rakyat. Mudah-mudahan masyarakat dalam mendapatkan informasi pun membuat masyarakat kini menjadi lebih kritis dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Peran media berpengaruh terhadap pembentukan opini dan meningkatkan reputasi yang baik bagi sebuah lembaga atau organisasi dimata masyarakat luas, karena produk dari media berupa berita dikonsumsi langsung oleh masyarakat.

Pemberitaan yang kurang baik akan membawa dampak yang kurang baik pula terhadap citra lembaga atau perusahaan, begitu pun pemberitaan yang baik akan membawa dampak yang baik juga terhadap citra lembaga atau perusahaan tersebut. Para penyelenggara pemerintahan negara melalui dinas komunikasi dan informatika harus mampu mengelola informasi publik untuk kepentingan publik. Manajemen informasi publik harus menjadi system yang dapat diandalkan seluruh lembaga pemerintah dalam berkomunikasi dengan publiknya. Secara sederhana manajemen informasi publik adalah

proses dan prosedur yang dilakukan lembaga pemerintah dalam menyebarkan informasi yang harus, perlu dan ingin diketahui publik.

Berdasarkan keputusan menteri komunikasi dan informatika Nomor 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang kode etik hubungan masyarakat pemerintahan yang dimaksud pemerintah adalah aktivitas lembaga dan atau individu yang melaksanakan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan sekarang ini begitu banyak sumber-sumber informasi yang mudah kita jumpai baik melalui media cetak, elektronik maupun media online (Thoriqh, 2019 :13).

Dinas diskominfo kab. Lima Puluh Kota menyampaikan informasi dan rencana resmi melau media yang ada pada masyarakat sehingga mereka bisa memahami bagaimana berbagai masalah yang dapat memengaruhi kehidupan mereka. Selama ini diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota telah memanfaatkan beragam media untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat dan berkomunikasi di ruang publik, yakni media penyiaran, media tatap muka, media luar ruang dan media online/media dalam jaringan.

Diskominfo kabupaten Lima Puluh bertugas mengumpulkan dan mengolah data dari hasil tim liputan mengenai kegiatan dan program pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota. Data hasil liputan berupa *press release*, foto, video yang sudah diolah akan dipublikasikan kepada masyarakat . Pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota sebagai penghubung masyarakat dengan pemerintah dalam rangka mewujudkan sosialisasi program sebagai sarana penyebaran informasi.

Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki Website [Http://www.limapuluhkotakab.go.id](http://www.limapuluhkotakab.go.id), Facebook Limapuluhkota Oke, Twitter @Kab. Limapuluh Kota, Instagram @limapuluhkotakab_oke, Youtube limapuluhkotakab oke. Pada data yang diperoleh peneliti saat melakukan pre-survei pengelolaan Website [Http://www.limapuluhkotakab.go.id](http://www.limapuluhkotakab.go.id)

Limapuluhkotakab.go.id yang dibuat sejak awal berdasarkan hingga 2 Desember 2020 pengunjung website berkisar 145.904 pengunjung, , twitter @Kab. Lima Puluh Kota 545 pengikut, instagram @limapuluhkotakab_oke 2.875 pengikut dan youtube 141 subscriber.

Website kabupaten Lima Puluh Kota berisi konten-konten secara umum yaitu halaman utama, profil, perangkat daerah, kecamatan, berita, informasi dan layanan. Sementara pada facebook dan twitter berisi konten publikasi seputar berita, program serta kegiatan pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota. Selain itu, untuk instagram publikasinya mengenai berbagai informasi progam kabupaten Lima Puluh Kota dan youtube berisi tentang video program-program dan kegiatan yang berada di kabupaten Lima Puluh Kota. Selain itu dinas komunikasi dan informasi juga mempunyai program yang bekerjasama dengan Denai Tv dengan program yang bernama apa kabar Sumbar.

Organisasi membutuhkan media massa dalam penyampaian pesannya ke khalayak luas dan berharap publikasinya akan membangun persepsi atau opini yang positif dari khalayak. Karena masyarakat cenderung akan menilai suatu berita yang dilihatnya sesuai dengan pernyataan yang dilakukan media. Media komunikasi diperlukan karena menjadi sarana yang sangat penting dan efisien dalam berkomunikasi dengan publik agar komunikasi dengan publik tersebut dapat terpelihara, maka segala kepentingan media massa terhadap organisasi mesti direspons organisasi. Tujuannya adalah untuk keberhasilan program (Iriantara, 2005:29)

Hubungan media diperlukan untuk melakukan kontrol terhadap berita. Menjalin hubungan dengan awak media yang biasa disebut pers/wartawan dalam bentuk formal atau informal juga merupakan kontrol berita karena berhubungan dengan penyebaran informasi. diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota mengetahui dan menyadari bahwa posisi media sangat penting dalam membantu program. Hubungan pers (*press relations*) adalah usaha untuk mencapai

publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Pelayanan informasi publik adalah pemberian pelayanan kepada penerima informasi publik secara cepat, tepat waktu, biaya ringan dengan cara sederhana dan mudah di pahami oleh masyarakat. Berbicara mengenai pelayanan informasi yang ada di kabupaten Lima Puluh Kota kepada masyarakat belum tersampaikan dengan baik karena adanya kendala, sehingga menyebabkan masyarakat banyak ketinggalan informasi yang seharusnya bisa disampaikan oleh pihak diskominfo. Hal ini pihak Diskominfo harus pandai-pandai melakukan strategi dalam hal menyampaikan informasi kepada masyarakat agar informasi yang yang diperoleh pihak diskominfo bisa tersampaikan kepada masyarakat dengan baik.

Penyebaran pelayanan informasi harus menjangkau khalayak sasaran atau masyarakat seluruh wilayah kabupaten Lima Puluh Kota secara umum dan menjadi target sasaran informasi publik. Mengingat kondisi dan pengetahuan masyarakat yang beragam dan jangkauan geografis yang sangat luas, pemerintah (pusat) secara bertahap mempersiapkan sarana-sarana dan saluran-saluran komunikasi dan informasi yang mendukung pemanfaatan teknologi informasi untuk peningkatan kualitas penyebarluasan informasi. Agar tercapainya tujuan, maka perlu dilakukan peningkatan jumlah informasi untuk mendukung program penyelenggaraan negara dengan memanfaatkan berbagai jenis media. Dinas Komunikasi dan Informatika yang berada dilingkup pemerintah merupakan panduan pengelolaan informasi, tata kelola komunikasi publik dan pengelolaan.

Bagian fokus strategis informasi publik memperlihatkan kepada kita betapa beragamnya kondisi masyarakat pengakses informasi. Ada sasaran khalayak informasi publik masih pada situasi dan kondisi yang belum terakses informasi. Adapula masyarakat yang sudah terakses

informasi tetapi belum bisa optimal memanfaatkannya dan sebagian masyarakat yang terakses informasi dan telah mampu memanfaatkan informasi tersebut dengan baik di karenakan belum seluruh masyarakat bisa menggunakan media sosial dimana kebanyakan informasi yang publikasi oleh Dinas Kominfo dan Informatika kab. Lima Puluh Kota di akun media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube. Sehingga persebaran informasi di seluruh lapisan masyarakat belum merata. Memanfaatkan media selain media sosial Dinas Kominfo dan Informatika berusaha membangun relasi dengan media lain misalnya : radio dan televisi dimana jaringan yang hampir merata di wilayah kab. Lima Puluh Kota dimana kondisi geografis kab.Lima Puluh Kota yang luas dan masyarakat pada umumnya masih mendengarkan radio dan televisi untuk mencari sebuah informasi hal inilah dapat di manfaatkan oleh dinas kominfo untuk menyebarkan informasi ke masyarakat secara merata sehingga masyarakat tidak ada lagi ketinggalan informasi yang di berikan.

Sesuai dengan yang ada di latar belakang maka penulis tertarik untuk meneliti “*Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kab. Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik*”. Dalam penelitian ini berfokus pada *media relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kab. Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik.

B. Fokus Penelitian

Supaya lebih terarahnya pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis perlu memfokuskan permasalahan penelitian ini dengan “Bagaimana Strategi *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) kab. Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik”

C. Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat beberapa sub fokus permasalahan penelitian yang diidentifikasi masalah antara lain:

1. Bagaimana Bentuk-Bentuk Strategi *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) kab. Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik?
2. Implikasi *Media Relations* Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota dalam pelayanan informasi publik ?

D. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi Bagaimana Strategi Bentuk-Bentuk *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) kab. Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik.
2. Mengetahui dan memahami Implikasi *Media Relations* Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota dalam pelayanan informasi publik

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan faedah kepada berbagai pihak, baik penulis maupun pembaca pada umumnya, atau mereka yang membutuhkan pengetahuan tentang ini, adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan teori-teori yang berhubungan dengan Strategi *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) kab. Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik.

- 1) Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan memperoleh wawasan terkait dengan masalah yang penulis angkat.
- 2) Bagi pembaca, untuk mengetahui Bagaimanan Strategi *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) kab. Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik.

b) Manfaat Praktis

Adapun luaran penelitian yang peneliti lakukan adalah, agar karya ilmiah peneliti berupa skripsi: Untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di IAIN Batusangkar dan Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan instansi di lingkungan pemerintahan kab. Lima Puluh Kota.

F. Definisi Operasional.

1. Strategi

Strategi pada dasarnya merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan (Anneke, 2016 : 5). Strategi menurut peneliti adalah sebuah perencanaan tindakan atau perilaku yang menjadi pokok dari sebuah program untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu keberhasilan dan kesuksesan perusahaan

2. Media Relations

Menurut Frank Jefkins dalam (Wulan, 2015 : 43) *media relations* merupakan usaha mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimal atas suatu pesan atau info hubungan masyarakat dalam menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari perusahaan yang bersangkutan.

Menurut peneliti *Media Relations* (Hubungan pers) adalah suatu kegiatan dengan maksud menyampaikan pesan atau komunikasi mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan atau institusi, produk atau kegiatan yang sifatnya perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif di mata masyarakat.

3. Pelayanan Informasi Publik

Pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang di tawarkan oleh pihak kepada pihak lain yang

hakikatnya tidak terwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Media Massa

1. Pengertian Media Massa

Media berasal dari bahasa latin yaitu kata *medium* (media, jamak; medium, tunggal), artinya secara harfiah ialah perantara, penyampai, atau penyalur. Percakapan langsung antara dua orang di suatu ruangan atau di tempat tertentu lainnya, tanpa perantara apa-apa, disebut kegiatan komunikasi tanpa media. Mereka berbicara secara langsung dari mulut ke mulut (Abdul, 2011: 1).

Sedangkan McLuhan bersama Quentin Fiore dalam (Husnul, 2018: 121) menyatakan bahwa “media setiap zamannya menjadi esensi masyarakat” hal ini menunjukkan bahwasanya masyarakat dan media selalu berkaitan dan media menjadi bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat, sadar atau tidak sadar bahwa media memiliki pengaruh yang berdampak positif maupun negatif dalam pola dan tingkah laku masyarakat. Sedangkan McLuhan bersama Quentin Fiore dalam (Husnul, 2018: 121) menyatakan bahwa “media setiap zamannya menjadi esensi masyarakat” hal ini menunjukkan bahwasanya masyarakat dan media selalu berkaitan dan media menjadi bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat, sadar atau tidak sadar bahwa media memiliki pengaruh yang berdampak positif maupun negatif dalam pola dan tingkah laku masyarakat.

Menurut Onong, dalam (Suryo, 2015: 28) “media massa pada awalnya dikenal dengan istilah pers berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti *press*. Secara harfiah pers berarti cetak dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak (*print publications*)”. Dalam perkembangannya media massa mempunyai dua pengertian, yaitu media massa dalam arti sempit dan media massa dalam arti luas. Dalam arti sempit, media massa hanya terbatas pada media cetak, yaitu surat kabar, majalah,

buletin. Dalam arti luas, media massa meliputi segala penerbitan, termasuk media massa elektronik, radio, televisi. Adapula media massa baru yang sering digunakan masyarakat modern sekarang ini, yaitu internet. “media massa adalah saluran yang digunakan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak banyak.” Dalam era masyarakat informasi, media massa memiliki peranan yang sangat penting. Dengan media massa masyarakat dapat menyebarluaskan suatu informasi dan dari media massa pula masyarakat mencari sumber informasi.

Media massa merupakan tempat untuk menyampaikan berita. Penyampaian informasi dalam bentuk berita membutuhkan saluran komunikasi yang disebut media. Media merupakan sarana komunikasi bagi masyarakat, yang terletak di antara dua pihak sebagai perantara atau penghubung. Istilah media massa karena mengacu pada pemanfaatan sebagai bacaan masyarakat atau publik. Media massa memberikan informasi tentang perubahan, bagaimana hal itu berkerja dan hasil yang dicapai atau akan dicapai. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebarluas dan mengiklankan produk.

Menurut Cangara dalam (Yoseizal 2018: 83) media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis (Yoseizal 2018: 84). Media massa meliputi media cetak, media elektronik dan media online. Media cetak terbagi menjadi beberapa macam diantaranya seperti koran, majalah, buku, dan sebagainya, begitupula dengan media elektronik terbagi menjadi dua macam, diantaranya radio dan televisi, sedangkan media online meliputi media internet seperti website, dan lainnya.

Bagaimana dikemukakan diatas, media massa pada hakikatnya adalah alat atau sarana dalam komunikasi massa yang bertugas membawa pesan yang harus disampaikan kepada massa. Namun pesan

itu harus memiliki unsur-unsur tertentu agar dapat diterima dengan baik oleh massa. Unsur-unsur tersebut adalah:

- a. Baru (faktor waktu). Hal inilah yang membedakan antara media massa dengan media sosial lainnya misalnya forum ilmiah, rapat politik atau ceramah agama. Pesan atau informasi dalam media massa merupakan pesan yang baru.
- b. Menarik. Media massa akan memuat pesan atau informasi yang dianggap menarik oleh khalayak. Pengertian menarik ini memiliki arti yang luas. Menarik bisa dalam arti fisik, juga bisa berarti di dalam pesan tersebut terdapat aspek-aspek yang menjadi daya tarik khalayak.
- c. Penting. Misalnya: masalah kebijakan politik yang berdampak luas kepada masyarakat, bencana alam yang menyangkut keselamatan orang banyak, dan sebagainya (Khalilurrahman, 2018: 59).

2. Fungsi Media Massa

Media massa telah memborong sejumlah fungsi yang dulu dilakukan oleh lembaga sosial lainnya. Beberapa fungsi media tersebut antara lain adalah:

- a. Fungsi informasi. Media telah menjadi alat untuk mencari informasi bagi masyarakat. Dari media berita lokal, nasional, dan manca negara dapat diterima.
- b. Fungsi agenda. Melalui media, agenda manusia ditentukan. Orang akan mengerjakan apa hari ini banyak dipengaruhi oleh media. Contoh: banyak orang yang memiliki kebiasaan “sarapan” dengan membaca surat kabar atau menonton berita di televisi, banyak orang yang kini beralih sarapan pagi dengan mie instant dari pada dengan nasi, anak-anak memilih komik berdasarkan film yang ditayangkan di televisi.

- c. Fungsi penghubung orang. Tidak dapat dipungkiri bahwa media memiliki fungsi untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia yang lain.
- d. Fungsi pendidikan. Media massa sedikit banyak memberikan pesan tentang pendidikan.
- e. Fungsi membujuk. Bagaimana pun media juga memiliki kekuatan untuk membujuk atau merayu pendengar, penonton atau pembacanya.
- f. Fungsi menghibur. Fungsi ini sangat kental pada media penyiaran, dengan banyaknya acara sinetron, musik, lawak dan olah raga (Khalilurahman, 2018: 60).

Adapun dalam UU no. 40/1999 disebutkan fungsi pers adalah pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan media *control* sosial. *Control* sosial itu bisa berupa keikutsertaan rakyat dalam pemerintahan, pertanggungjawaban pemerintah pada rakyat menurut Masduki dalam (Khalilurahman, 2018: 61).

3. Karakteristik Media Massa

Media massa merupakan media yang memiliki posisi sangat penting terutama dalam konteks era informasi seperti sekarang ini. Institusi media massa di percaya memiliki kemampuan dalam penyelenggaraan produksi, reproduksi dan distribusi pengetahuan secara signifikan. Serangkaian simbol yang memberikan *meaning* tentang realitas “ada” dan pengalaman dalam kehidupan bisa di transformasikan media massa dalam lingkungan publik. Sehingga bisa diakses anggota masyarakat secara luas. Media massa sedikitnya memiliki 7 ciri-ciri/karakteristik media massa

- a. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga
- b. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen
- c. Pesannya bersifat umum
- d. Komunikasinya bersifat satu arah

- e. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan
- f. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis
- g. Komunikasi massa dikontrol oleh *Gatekeeper*.

Jadi dengan karakteristik tersebut kita dapat membedakan mana media massa dan media sosial, dalam hal ini dapat penulis sebutkan yang termasuk media massa adalah televisi, radio, koran, majalah, media onlien, buku, boskop, dan lain-lain. Sedangkan media yang tidak terpenuhi karakteristik di atas dapat dikategorikan sebagai media sosial, seperti facebook, instagram, whatsapp, twwiter dan lain-lain (Yoseizal, 2018: 89).

4. Peran Media dalam Kehidupan Manusia

Media massa merupakan sarana komunikasi massa yang berperan sebagai komunikator serta agen of change yakni pelopor perubahan dalam lingkungan publik yang dapat mempengaruhi khalayak melalui pesan berupa informasi, hiburan, pendidikan maupun pesan-pesan lainnya dan dapat dijangkau masyarakat secara luas. Dewasa ini, di era globalisasi yang semakin cepat, peran media massa dalam kehidupan manusia sehari-hari tidak dapat dihindari lagi. Mengingat bahwa posisi media massa dalam kehidupan masyarakat begitu penting maka kesuksesan media massa dalam menjalankan perannya sebagai komunikator dapat dilihat dari semakin berkembangnya media massa, bertahannya media massa hingga saat ini, dan semakin bertambahnya stasiun, perusahaan hingga website dan program yang disuguhkan oleh pengelola media cetak dan media elektronik. Media massa tidak akan bertahan hingga saat ini apabila tidak ada masyarakat yang menggunakan atau memanfaatkannya dalam kehidupan, karena bagaimanapun media massa tergantung pada banyaknya pemirsa. Apabila dilihat secara menyeluruh, menurut McQuail dalam (Husnul, 2018: 131) terdapat 6 (enam) perspektif dalam melihat peran media massa dalam kehidupan sosial terutama dalam masyarakat modern, antara lain:

- a. Melihat media massa sebagai window on event and experience. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana, atau media merupakan sarana informasi untuk mengetahui berbagai peristiwa.
- b. Media sering dianggap sebagai a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya, karenanya para pengelola media sering merasa tidak bersalah jika media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain.
- c. Memandang media massa sebagai filter, atau gatekeeper yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Televisi senantiasa memilih isu, informasi atau bentuk content yang lain berdasarkan standar para pengelolanya.
- d. Media massa sering dipandang sebagai guide, penunjuk jalan atau interpreter, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.
- e. Melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.
- f. Media massa sebagai interlocutor, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Tidak jauh berbeda dengan peran media massa itu sendiri, perspektif dalam melihat peran media menurut McQuail di atas pada dasarnya ingin menunjukkan bahwa peran media dalam kehidupan sosial bukan hanya sebagai sarana hiburan atau pelepas ketegangan, melainkan isi dan informasi yang disajikan mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Isi siaran media massa merupakan

konsumsi otak bagi masyarakat, sehingga apa yang ada di media massa akan mempengaruhi realitas subjektif pelaku interaksi sosial, dikarenakan media adalah mata manusia untuk melihat dunia. Hal ini menunjukkan peran aktif media dalam menyajikan informasi kepada khalayak. Peran media massa juga tidak bisa terlepas dari fungsi media massa itu sendiri. Ketika menjalankan perannya, media massa harus memperhatikan dan mengingat fungsinya. Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers, media massa berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan pengawasan sosial (social control)-pengawas perilaku publik dan penguasa.

B. Komunikasi Publik

Ahmed Kurnia Soeriawidjaja dalam (Thoriq, 2019: 13) paparannya yang disampaikan di Jakarta mengatakan komunikasi publik adalah tata cara pengendalian informasi publik yang meliputi perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan komunikasi publik terkait dengan kebijakan dan program Pemerintah. Adapun karakteristik komunikasi publik adalah (1) melayani publik dengan informasi terkait kebijakan pemerintah yang sudah, sedang, dan akan dilakukan, (2) melibatkan publik dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengawasi kebijakan pemerintah yang sudah, sedang, dan akan dilakukan, (3) berbasis fakta, data, dan updating informasi, (4) menjelaskan duduk perkara secara proporsional (tidak ofensif dan tidak defensif dalam berkomunikasi) dan (5) melaksanakan edukasi di ruang publik.

Komunikasi publik juga dapat diartikan pertukaran pesan dengan jumlah orang yang berada dalam organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. Tetapi dalam bagian ini yang akan di bicarakan yang akan di bicarakan hanyalah tatap muka di antara organisasi dan lingkungan eksternalnya dan eksternalnya dan di antara satu orang anggota organisasi yang sama brooks membagi tiga tipe ini sebagai *monological* seseorang yang biasanya terlibat dalam mengirimkan pesan

ke publik. Kualitas yang dapat dibedakan komunikasi publik ini dengan komunikasi dengan yang lain dalam organisasi.

- a. Komunikasi publik berorientasikan kepada si pembaca atau sumber.
- b. Pada komunikasi publik melibatkan sejumlah besar penerima tetapi.
- c. Pada komunikasi publik kurang tepat terdapat sejumlah interaksi antarasi pembicara dengan pendengar.
- d. Bahasa yang di gunakan dalam komunikasi publik lebih umum supaya.
- e. Dapat dipahami oleh pendengar (Arni, 2015: 197).

Tujuan komunikasi publik pada umumnya, komunikasi publik adalah untuk memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai organisasi misalnya mengenai aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil produksi organisasi dan tujuan lain dari komunikasi publik untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan masyarakat diluar organisasi. Komunikasi publik juga dapat di gunakan untuk memberikan hiburan kepada sejumlah orang. Tujuan-tujuan tersebut berhubungan yang menyenangkan kepada khalayak ramai untuk dipisahkan satu sama yang lain. Kadang-kadang walaupun komunikasi publik dimaksud untuk mencapai satu tujuan tetapi tujuan yang lain juga tercapai (Arni, 2015: 198). Di samping adanya tujuan umum yang perlu di capai dengan pemberian informasi komunikasi publik yang utama, juga ada tujuan khusus yang peperlu ditetapkan yang ingin dicapai dengan topik yang dipilih. Tujuan-tujuan khusus ini dinyatakan dalam bentuk kalimat yang lengkap mengenai apa yg diinginkan dicapai dengan presentasi tersebut.

Pentingnya komunikasi publik dalam pemerintahan dalam suatu organisasi pasti terhubung dengan lingkungan luarnya terutama dengan badan-badan yang berpengaruh dalam organisasi itu sendiri. Seperti badan pemerintahan terutama di diskominfo. Salah satu untuk mengadakan hubungan ini adalah dengan berkomunikasi. Karena banyak hubungan karena itu komunikasi publik lebih cocok digunakan untuk kepetingan itu baik dalam bertatap muka maupun tertulis atau melalui media lainnya.

Pemberian informasi kepada publik bertujuan untuk mengubah sikap publik terhadap informasi yang diberikan misalnya menambah kepercayaan seseorang atau kesan baik terhadap organisasi tersebut. Dengan bertambahnya kesan baik akan informasi yang diberikan akan menambah kepercayaan pemberi dana atau badan pemerintahan untuk meningkatkan bantuan terhadap organisasi tersebut (Arni, 2015 :198).

C. Media Relations

1. Pengertian *Media Relations*

Menurut Frank Jefkins dalam (Wulan, 2015: 43) *media relations* merupakan usaha mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimal atas suatu pesan atau info hubungan masyarakat dalam menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari perusahaan yang bersangkutan. *Media Relation* atau bisa juga disebutkan Relasi Media merupakan kegiatan menjalin hubungan/relasi dengan media massa, wartawan atau pers untuk menjalin kerjasama dan hubungan baik oleh suatu organisasi, yang nantinya akan berpengaruh pada pemberitaan atau message dalam media massa itu sendiri buat menjaga kesan positif dari suatu organisasi yang dinaunginya. Dalam pekerjaan hubungan masyarakat, *media relation* juga kerap kali diketahui sebagai penanganan krisis dengan memberitakan perihal hal-hal positif seputar perusahaan ketika perusahaan sedang dilanda isu negatif. Pada saat krisis metode terbaik penanganan relasi media oleh public relation yaitu dengan mengakui dan mengoreksi kesalahan dengan menginfokan usaha-usaha ke depan & berita berita positif. Dalam hal ini baik media massa maupun public relation dalam posisi saling memanfaatkan dan saling diuntungkan satu sama lain.

Sedangkan menurut Saputra & Nasrullah dalam (Sumantri, 2016: 6), *media relations* merupakan relasi yang dibangun dan dikembangkan dengan media untuk menjangkau publik guna

meningkatkan pencitraan, kepercayaan dan tercapainya tujuan-tujuan individu maupun organisasi/perusahaan. Selain itu *media relations* (hubungan pers) adalah suatu kegiatan dengan maksud menyampaikan pesan atau komunikasi mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan atau institusi, produk atau kegiatan yang sifatnya perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif di mata masyarakat

2. Tujuan Strategi *Media Relations*

Strategi pada dasarnya merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan (Anneke, 2016: 5). Strategi adalah sebuah perencanaan tindakan atau perilaku yang menjadi pokok dari sebuah program untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu keberhasilan dan kesuksesan perusahaan. Keberhasilan atau kegagalan dalam suatu program humas secara efektif banyak ditentukan oleh strategi humas yang digunakan dalam sebuah organisasi/perusahaan. Oleh karena itu setiap organisasi/ lembaga harus menerapkan suatu strategi yang tepat guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan dari organisasi/ perusahaan. Strategi menjadi sangat penting sebab tanpa strategi, tujuan suatu perusahaan atau organisasi pemerintahan akan sulit untuk tercapai, karena pihak perusahaan atau organisasi tidak mengenal siapa atau apa yang sedang dihadapi dan bagaimana menanganinya.

Adanya *media relations* pada perusahaan yaitu untuk menjalin relasi dengan media, guna mengetahui kondisi pasar dan audience. Inti kegiatan *public relations* adalah berkomunikasi, hal ini dikarenakan wartawan dan media massa mempunyai keterkaitan yang erat dalam kegiatan *public*. Strategi *media relations* merupakan sekumpulan kebijakan dan taktik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan kegiatan *media relations* khususnya dan *public relations* pada umumnya yang diacukan pada tujuan organisasi. Strategi *media*

relations sangat penting dimiliki dan dilakukan oleh praktisi *public relations*. Hubungan yang kokoh dengan wartawan dan institusi media massa akan memberikan manfaat yang positif bagi perusahaan. Terdapat tiga strategi *media relations* menurut Iriantara dalam (Anneke, 2016: 6) yaitu:

a. Mengelola relasi

Dalam konteks *media relations*, menjaga relasi dengan media massa merupakan hal yang sangat penting. Dalam mengelola relasi dengan media, menjalin hubungan baik dengan media massa sebagai institusi sama pentingnya dengan menjalin hubungan baik dengan wartawan.

b. Mengembangkan strategi

Pada dasarnya, strategi ini adalah untuk berkomunikasi dengan publik yang menjadi khalayak sasaran kegiatan komunikasi dan relasi suatu organisasi melalui praktik *public relations*, khususnya *media relations*. Strategi kemudian dikembangkan menjadi taktik yang melahirkan prinsip-prinsip kegiatan yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi.

c. Mengembangkan jaringan

Pengembangan jaringan merupakan aspek pokok dalam *media relations*, memiliki hubungan baik dengan organisasi profesi kewartawanan sangat penting untuk memperluas jaringan dengan dunia media massa. Membuka dan memperluas jaringan pada dasarnya merupakan bagian dari upaya organisasi untuk membangun hubungan yang baik dengan media massa.

Selain itu menurut Nurudin dalam (Wulan, 2015: 43) bahwa tujuan *media relations* tidak sekedar memberikan informasi semata tetapi menciptakan citra positif bagi sebuah lembaga yang bersangkutan. Semakin baik *media relations* yang kita lakukan, maka semakin baik pula citra lembaga atau perusahaan kita. Secara rinci tujuan *media relations* bagi organisasi adalah sebagai berikut:

- a) Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga organisasi yang baik untuk diketahui umum.
- b) Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, tajuk, ulasan) secara wajar, objektif dan seimbang (*balance*) mengenai hal-hal yang menguntungkan lembaga dan organisasi.
- c) Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembaga atau organisasi.
- d) Untuk melengkapi data atau informasi bagi pimpinan lembaga atau organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian (*assesment*) secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan lembaga atau perusahaan.
- e) Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.

Adapun aktivitas / kegiatan dalam *media relations* berupa pers *briefing*, *press release*, *pres tour*, *resepsi pers* dan wawancara pers. (Wulan, 2015: 43). Melalui kegiatan *media relations* yang baik akan memberikan pencitraan positif bagi institusi. Media massa bisa digunakan oleh praktisi *public relations* untuk membangun *image* positif dan pencitraan organisasi karena media massa sangat efektif sebagai pembuat opini publik. secara rinci tujuan *media relations* adalah :

- a. Memperoleh publisitas seluas mungkin tentang kegiatan serta langkah organisasi yang dianggap baik untuk diketahui publik.
- b. Memperoleh tempat dalam pemberitaan media secara objektif, wajar, dan berimbang mengenai hal-hal yang menguntungkan organisasi.
- c. Memperoleh umpan balik mengenai upaya dan kegiatan organisasi.
- d. Melengkapi data bagi pimpinan organisasi untuk keperluan kebijaksanaan.
- e. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi saling percaya dan menghormati.

Selain dari tujuan, adapun manfaat dari *media relations* menurut adalah :

- a) Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa.
- b) Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip saling
- c) menghormati dan menghargai, kejujuran serta kepercayaan.
- d) Penyampaian/perolehan informasi yang akurat, jujur, dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.

Dalam penerapannya, suatu strategi media relations harus ditentukan suatu bentuk-bentuk kegiatan media relations yang paling tepat dan efektif guna mencapai tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks *media relations* mengelola relasi dengan media, menjalin hubungan baik dengan media massa sebagai sebuah institusi sama pentingnya dengan menjalin hubungan baik dengan wartawan secara individual. Dalam menjalin hubungan yang baik dengan media, dalam prakteknya tidaklah semudah seperti yang direncanakan. Pada satu sisi, humas selayaknya mengharapkan citra yang positif dari masyarakat, di sisi lain wartawan akan cenderung tertarik dengan berita yang fantastis. Oleh karena hal tersebut, dalam menjalin hubungan yang baik haruslah terjalin hubungan simbiosis mutualistis, yaitu sebagai wakil dari sebuah organisasi atau lembaga dengan wartawan sebagai wakil dari sebuah media massa, harus terjadi suatu kondisi yang sama-sama saling menguntungkan. Dengan kondisi yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, secara pasti terjalin hubungan yang baik diantara keduanya.

3. Teori *Media Relations*

Teori *media relations* menurut Lesly dalam (Try, 2013: 2) mengungkapkan *media relations* merupakan kegiatan yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi dari pendapat diatas secara garis besar *media relations* lebih digunakan untuk fungsi publisitas, sedangkan kegiatan yang bisa menopang publisitas itu adalah merespon kepentingan media, inti dari merespon kepentingan media itu sendiri adalah pemberian informasi atau tanggapan pada media atas nama organisasi.

Berasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *media relations* adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimal atas suatu pesan/informasi dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Tujuan pokok dari *media relations* adalah “menciptakan pengetahuan dan pemahaman”, jadi bukan hanya semata – mata untuk menyebarkan suatu pesan yang sesuai dengan keinginan perusahaan demi mendapatkan suatu sosok/citra yang lebih indah dari aslinya. Sedangkan ditelaah berdasarkan relasi antara individu atau organisasi/perusahaan dengan media, *media relations* adalah relasi yang dibangun dan dikembangkan dengan media untuk menjangkau publik guna meningkatkan pencitraan, kepercayaan dan tercapainya tujuan tujuan individu maupun organisasi perusahaan. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa perusahaan menggunakan media massa sebagai medium penyampai pesan dan pencitraan kepada publik. Semakin banyak akses yang didapat publik dari media massa berkaitan dengan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan, maka diharapkan semakin besar tingkat kepercayaan publik.

D. Pelayanan Informasi Publik

1. Pelayanan Informasi

Menurut dalam kamus bahasa Indonesia, pelayanan memiliki tiga makna, (1) perihal atau melayani; (2) usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang); (3) kemudian yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa (<http://kamusbahasaindonesia.org/pelayanan>). Pengertian pelayanan (*service*) menurut *American marketing association*, menurut Cowell (1988) dalam Hardiansyah (2018: 13) bahwa pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang di tawarkan oleh pihak kepada pihak lain yang hakikatnya tidak terwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga

tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sedangkan menurut Lovelock (2011) dalam Hardiansyah (2018: 14) “*Servise*” adalah produk yang berwujud berlangsung sebentar dan dirasakan atau dialami. Artinya *servise* merupakan produk yang tidak ada wujudnya atau bentuknya sehingga tidak bentuk yang dapat dimiliki, dengan berlangsung sesaat atau tidak tahan lama, tetapi dialami dan dapat dirasakan oleh penerima layanan. Secara etimologi pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan/mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang, kemudian pelayanan dapat diartikan sebagai perihal atau cara melayani, servis atau jasa. Sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Maka pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa. Berdasarkan keputusan menteri pendayagunaan aparat nomor 63 tahun 2003, definisi dari pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah pusat, daerah dan lingkungan milik daerah dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan menurut bab 1 pasal 1 ayat 1 undang-undang no. 25/2009, yang dimaksud dengan pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan-pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang dan jasa atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggaraan pelayanan publik. Pelayanan publik adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal tercipta kepuasan dan keberhasilan menurut LAN (2004) dalam Hardiansyah (2018 :18).

Sedangkan menurut Undang-Undang No 25/2009 Pasal satu ayat (1) pengertian pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa dan

atau pelayanan administratif yang di sediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Dari beberapa pengertian diatas pengertian pelayanan publik dalam konteks pemerintahan dapat disimpulkan sebagai pemberian layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat atau organisasi lain yang mempunyai kepentingan dalam organisasi tersebut, hal ini sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan ditunjukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan. Dan penyelenggaraan pelayanan publik menurut pasal 1 ayat 2 uu no.25/2009 adalah setiap institusi penyelenggaraan negara, koperasi lembaga indenpenden yang di bentuk berdasarkan uu untuk kegiatan pelayanan publik dan badan hukum lain yang di bentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang di bentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik. Dari beberapa hal di atas terdapat 3 unsur penting dalam pelayanan publik yaitu: unsur pertama adalah organisasi pemberi atau penyelenggara pelayanan pemerintah yaitu: pemerintah atau pemerintah daerah, unsur kedua adalah penerima layanan yaitu orang atau masyarakat atau organisasi yang berkepentingan, unsur ketiga adalah kepuasan yang di berikan atas di terima penerima layanan. Menurut Saefullah (2008) dalam (Hardiansyah, 2018: 13) untuk memberikan pelayanan publik yang lebih baik perlu adanya upaya untuk memahami sikap dan perubahan kepentingan publik sendiri. Perubahan kehidupan dunia yang begitu cepat mempunyai pengaruh yang cepat mempunyai pengaruh yang cepat pula terhadap perubahan sikap dan prilaku masyarakat umum (Hardiansyah, 2018: 13).

Pada prinsipnya setiap pelayanan senantiasa harus selalu ditingkatkan kualitasnya sesuai keinginan masyarakat pengguna jasa. Akan tetapi kenyataannya untuk mengadakan perbaikan terhadap kualitas pelayanan publik bukanlah suatu yang mudah. Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan masyarakat. Pemerintah pada hakekatnya adalah pelayan kepada masyarakat. Ia tidaklah diadakan melayani diri sendiri, tetapi untuk melayani masyarakat

serta menciptakan kondisi yang memungkinkan mengembangkan kemampuan dan kreativitas demi mencapai tujuan bersama Rasyid (2000) dalam Hardiansyah (2018: 19) Secara teoritis sedikitnya ada tiga fungsinya utama yang utama harus dijalankan oleh pemerintah tanpa memandang tingkatan, yaitu fungsi pelayanan masyarakat, fungsi pembangunan, dan serta fungsi perlindungan. Hal yang terpenting kemudian adalah sejauh mana pemerintah dapat mengelola kemudian sejauh mana pemerintah mengelola fungsi-fungsi tersebut.

Pemberian pelayanan publik oleh aparatur pemerintah kepada masyarakat sebenarnya merupakan implikasi dari fungsi aparat negara sebagai pelayanan publik. Karena itu, kedudukan aparatur pemerintah dalam pelayanan umum sangat strategis karena akan sangat menentukan sejauh mana pemerintah mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi masyarakat yang demikian akan menentukan sejauh mana negara telah menjalankan perannya dengan baik sesuai dengan tujuan pendirian suatu pemerintahan. Karakteristik pelayanan sebagaimana yang dikemukakan Gaspesz dalam Hardiansyah (2018: 23) secara jelas membedakan pelayanan dengan barang meskipun sebenarnya merupakan alat pemuas kebutuhan. Sebagai sebuah produk yang *intangible*, pelayanan memiliki dimensi yang berbeda dengan barang yang bersifat *tangible*. Produk akhir pelayanan yang tidak memiliki karakteristik fisik sebagaimana yang dimiliki barang. Produk akhir pelayanan sangat tergantung dari proses yang terjadi antara layanan konsumen.

Dalam konteks pelayanan publik, dikemukakan bahwa pelayanan umum adalah mendahulukan kepentingan umum, mempermudah urusan publik, mempersingkat waktu pelaksanaan urusan publik dan memberikan kepuasan kepada publik (publik=umum). Dalam konsepsi pelayanan publik, berhubungan dengan bagaimana kapasitas dan kemampuan pemerintah atau pemerintahan daerah menjalankan fungsi pelayanan dalam konteks apapun bagi seluruh masyarakat (Hardiansyah, 2018: 32).

Secara teoritis, tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari :

- a. Transparasi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. Akuntabilitas, yakni pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
- c. Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas.
- d. Partisipatif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
- e. Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain.
- f. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbang kan aspek keadilan antara member dan menerima pelayanan publik.

E. Penelitian Relevan

Dari pantauan penulis, sesuai dengan penelusuran yang dilakukan dipergustakaan IAIN Batusangkar serta *Online* untuk mengetahui penelitian terdahulu tentang skripsi ini, ada beberapa penelitian yang membahas terkait dengan *media relations*. Adapun beberapa penelitian yang ditemukan sebagai perbandingan penelitian agar meminimalisir kelemahan atau kesalahan pada penelitian sebelumnya, berikut beberapa penelitian terdahulu:

1. Pada penelitian yang diteliti oleh Vivi Susanti (2018) dengan judul *strategi media relations dalam melaksanakan publisitas (Studi di*

humas kantor kantor walikota Jambi). Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian bersifat deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan Strategi *media relations* dalam melaksanakan publisitas kota Jambi dilakukan dengan kinerja humas, yaitu memberikan informasi kepada masyarakat Jambi yang diberikan humas. Implementasi strategi komunikasi diterapkan dalam kegiatan yang dilakukan oleh humas Jambi melalui kegiatan berupa *media relations*, komunikasi melalui mediasosial serta komunikasi antar komunitas. Perencanaan dan implementasi strategi *media relations* dilakukan untuk mewujudkan tujuan humas Jambi.

2. Pada penelitian yang diteliti oleh Nurjanah Husnul Khotimah (2015) dengan judul *strategi media relations pemerintah kabupaten sragen dalam mendapatkan citra positif*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang hubungan humas kabupaten Sragen dengan media untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat. Metode yang digunakan adalah Penelitian kualitatif dengan metode analisis data. Hasil penelitian ini adalah strategi *media relations* pemerintah kabupaten Sragen dalam mendapatkan citra positif dapat disimpulkan sebagai berikut: media massa yang digunakan dalam penyebarluasan informasi dalam kegiatan *media relations* adalah *website*, media cetak (Koran, majalah), media luar ruangan (spanduk, baliho, billboard), media audio (radio LPP Buana Asri), melalui tulisan (*press release*), Bentuk kerjasama humas dengan media massa yang dilakukan diantaranya pers sejajar mitra kerja, konferensi pers, *press release*, pelayanan terhadap media (*Press Room*) dan kemudian adanya liputan bermasyarakat (Srawung warga).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut (Surahman, 2016: 8). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat suatu perbandingan atau penghubungan dengan variabel lain.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berpangkal dari pola pikir induktif yang didasarkan atas pengamatan obyektif partisipatif terhadap suatu gejala (fenomena) sosial. Dampak dan gejala sosial yang dimaksud meliputi keadaan masa lalu, masa kini, dan bahkan yang akan datang. Berkaitan dengan objek-objek ilmu sosial, ekonomi, budaya, hukum, sejarah, humaniora dan ilmu-ilmu sosial lainnya (Nursapia, 2020: 7)

Menurut (Sugiyono, 2013: 9) metode penelitian kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat *pospositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*.

Penelitian ini dilaksanakan di dinas kominfo dan informatika kab. Lima Puluh Kota, pada pimpinan, kepala komunikasi publik dan *staf* dan mencari informasi yang kongkrit tentang bagaimana strategi *media relations* dinas komunikasi dan informatika kab. Lima Puluh Kota dalam pelayanan informasi publik. Setelah memperoleh informasi, penulis akan mendeskripsikan ke bentuk laporan secara tertulis yang didukung oleh berbagai macam dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini.

B. Latar Dan Waktu Penelitian

Latar dalam penelitian ini ada di Dinas komunikasi dan informatika (diskominfo) kab. Lima Puluh Kota sendiri. Sedangkan waktu penelitian pada bulan Oktober-November 2021.

C. Instrumen Penelitian

Adapun yang dimaksud instrumen penelitian disini yaitu alat yang dipakai dalam penelitian ini. Menurut Nasution dalam (Sugiyono, 2013: 223) menyatakan: “dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain dari pada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama. Alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semuanya tidak dapat ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya”.

Dari paparan di atas instrumen dalam penelitian ini yaitu peneliti sendiri dan bisa dikatakan sebagai instrumen utama. Sebagai instrumen utama, peneliti akan melakukan pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, dan analisis data. Dalam melakukan kegiatan tersebut, peneliti perlu dibantu dengan instrumen pendukung, seperti: *field- notes*, *handy came*, *recorder*, dan lain-lain (Kasmuri dkk, 2016: 32). Adapun instrumen pendukung yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan handphone untuk merekam hasil wawancara dan membuat dokumentasi saat pelaksanaan wawancara.

D. Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2013: 148) sumber data dalam penelitian berupa data yang diambil langsung dari objek penelitian antara lain:

1. Data primer (*premier-sources*), sumber primer adalah sumber data yang *langsung memberikan* data kepada pengumpul data, mencari data langsung ke lapangan dengan sumber penelitian ini adalah dinas kominfo dan informatika (diskominfo) kab. Lima Puluh Kota.
2. Data sekunder (*secondary-sources*), sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data yaitu dengan mencari referensi buku-buku jurnal yang berkaitan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan/pengambilan data kualitatif pada dasarnya bersifat tentatif karena penggunaannya ditentukan oleh konteks permasalahan dan gambaran data yang mau diperoleh (Nursapia, 2020 : 73). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif lebih menekankan pada jenis teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi, pada penelitian ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan kegiatan *media relations*, secara langsung di lapangan untuk memperoleh data di dinas komunikasi dan informatika (diskominfo) kab. Lima Puluh Kota

2. Wawancara

Wawancara merupakan merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara (*Interview*) merupakan salah satu cara pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tak terstruktur (Nursapia, 2020: 78).

a. Wawancara terstruktur (*Structured interview*)

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan

pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data. Dengan wawancara terstruktur ini pula, pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data. Supaya setiap pewawancara mempunyai ketrampilan yang sama, maka diperlukan training kepada calon pewawancara.

b. Wawancara Semi terstruktur (*Semistruktur Interview*).

Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

c. Wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*)

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara informasi atau data yang diperoleh dari wawancara sering bias. Biasa adalah menyimpang dari yang seharusnya, sehingga dapat dinyatakan data tersebut subyektif dan tidak akurat. Kebiasaan data ini akan tergantung pada pewawancara, yang diwawancarai (responden) dan situasi & kondisi pada saat wawancara.

Berdasarkan kutipan di atas dapat diketahui bahwa metode wawancara terdiri atas tiga macam, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, wawancara tak berstruktur. Peneliti melakukan kegiatan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait. Pihak yang terkait yaitu: kepada pimpinan kepala bidang komunikasi publik dan *staf* Dinas Komunikasi dan Informatika (diskominfo) kabupaten. Lima Puluh Kota dan kemudian pertanyaan disusun berdasarkan daftar pertanyaan dan diajukan pada setiap subjek dengan bentuk wawancara terstruktur (*interview guid/schedule*). Selanjutnya, teknik penentuan subjek dalam pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu memakai *random sampling*. Teknik *random sampling* yaitu teknik yang dilakukan dalam penelitian kualitatif serta peneliti bisa merandom atau mengacak jumlah sampel yang dibutuhkan serta jumlah narasumber yang akan diwawancarai dalam penelitian ini yaitu 4 orang (Sugiyono, 2013: 217).

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut (Sugiyono, 2013: 329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah. Dokumentasi pada penelitian ini bisa dilakukan antara lain mengambil berbagai macam data penunjang dari buku, arsip, artikel internet dan dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian yang ada di dinas kominfo dan informatika kab. Lima Puluh Kota.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data. Tahapan dalam penelitian kualitatif adalah tahap memasuki lapangan dengan *grand tour* dan *minitour*

question, analisis datanya dengan analisis domain. Tahap ke dua adalah menentukan fokus, teknik pengumpulan data dengan *minitour question* (Sugiyono 2013 : 293). Setelah data dilapangan diperoleh maka langkah selanjutnya adalah analisis data. Dalam penelitian kualitatif ada beberapa langkah yang dilakukan dalam menganalisis data: Salah satu model analisis data menurut Miles dan Huberman dalam (Nursapia, 2020: 87). Menurut Miles dan Huberman ada beberapa langkah yang dilakukan untuk menganalisis data kualitatif yaitu:

Pertama, reduksi data. Setelah data primer dan sekunder terkumpul dilakukan dengan memilah data, membuat tema-tema, mengkategorikan, memfokuskan data sesuai bidangnya, membuang, menyusun data dalam suatu cara dan membuat rangkuman-rangkuman dalam satuan analisis, setelah itu baru pemeriksaan data kembali dan mengelompokkannya sesuai dengan masalah yang diteliti. Setelah direduksi maka data yang sesuai dengan tujuan penelitian dideskripsikan dalam bentuk kalimat sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah penelitian.

Kedua, *display data* (penyajian data). Bentuk analisis ini dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk narasi, di mana peneliti menggambarkan hasil temuan data dalam bentuk uraian kalimat bagan, hubungan antar kategori yang sudah berurutan dan sistematis.

Ketiga, penarikan kesimpulan. Meskipun pada reduksi data kesimpulan sudah digambarkan, itu sifatnya belum permanen, masih ada kemungkinan terjadi tambahan dan pengurangan. Maka pada tahap ini kesimpulan sudah ditemukan sesuai dengan bukti-bukti data yang diperoleh dilapangan secara akurat dan faktual. Dimulai dengan melakukan pengumpulan data, seleksi data, *triangulasi* data, pengkategorian data, deskripsi data dan penarikan kesimpulan. Data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi disajikan dengan bahasa yang tegas untuk menghindari bias. Kesimpulan ditarik dengan teknik induktif tanpa mengeneralisir satu temuan terhadap temuan-temuan lainnya (Nursapia, 2020: 88).

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Setelah data penelitian dikumpulkan, maka dilakukan pengujian keabsahan data untuk mengukur apakah data dan proses pencariannya sudah benar. Adapun unsur-unsur yang dinilai adalah lama penelitian, proses observasi yang berlangsung, serta proses pelagaan data yang kita peroleh dari berbagai informan penelitian yang kita sebut dengan *triangulasi* data. Membandingkan dengan hasil penelitian lain, dan melakukan *check and recheck* (Nursapia, 2020: 89). Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi dikenal dengan istilah *check and recheck* yaitu pengecekan data menggunakan beragam sumber, teknik, dan waktu.

1. Trigulasi Sumber.

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member cheek*) dengan tiga sumber data tersebut.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat

narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian, dari tim peneliti lain yang diberi tugas melakukan pengumpulan data (Sugiyono, 2013: 274). Penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber berarti dengan cara menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang di peroleh dilapangan.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN HASIL

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Kabupaten Lima Puluh Kota

Kabupaten Lima Puluh merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sumatera Barat yang mempunyai posisi strategis secara regional dan secara geografis terletak paling timur di Provinsi Sumatera Barat dimana merupakan pintu gerbang utama jalur darat menuju Provinsi Riau. Struktur Ruang RTRW Provinsi Sumatera Barat Tahun 2012-2032 Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan perlintasan jalan nasional yang menghubungkan 2 (dua) provinsi yaitu Provinsi Riau dan Sumatera Barat. Berdasarkan Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2012-2032 tutupan lahan kawasan pertanian meliputi luasan 180.149 ha dimana untuk luasan padi sawah meliputi 24.994 ha. Kontribusi sektor pertanian terhadap perekonomian wilayah adalah sebesar 34,71% atau Rp3.550.536,47. Mata pencaharian penduduk Kabupaten Lima Puluh Kota paling banyak terserap pada sektor pertanian, kehutanan dan perikanan yaitu sekitar 84.615 orang (BPS 2018). Kebijakan pengembangan pertanian di Kabupaten Lima Puluh Kota yang tertuang dalam RPJMD Kabupaten Lima Puluh Kota tahun 2016-2021 bahwa komoditas unggulan produk pertanian adalah komoditas padi sawah. Pada Permen Pertanian Nomor 50 Tahun 2012 menyatakan bahwa salah satu komoditas unggulan Kabupaten Lima Puluh Kota adalah padi (Janthy, 2020: 27).

Secara administrasi Kabupaten Lima Puluh Kota berbatasan dengan wilayah sebagai berikut : Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Rokan Hulu dan Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Tanah Datar dan Kabupaten Sijunjung. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Agam dan Kabupaten Pasaman. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Kampar dan

Provinsi Riau. Dengan posisi yang merupakan gerbang masuk darat untuk ke Provinsi Riau maupun sebaliknya, Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki posisi yang sangat strategis dan bisa dikembangkan secara maksimal, baik di sektor pariwisata dengan kondisi alam yang indah maupun dari sektor ekonomi seperti pertanian dan perkebunan maupun peternakan dan perikanan, sehingga bisa jadi supplier bagi provinsi tetangga. Berdasarkan sidang paripurna DPRD Kabupaten Lima Puluh Kota maka ditetapkanlah, Peraturan Daerah Nomor 11 Tentang Hari Jadi Kabupaten Lima Puluh Kota, tertanggal 26 November 2008.

B. Sejarah dan Profil Dinas Komunikasi dan Informatika kab. Lima Puluh Kota

Dalam rangka melaksanakan mandat dari peraturan presiden nomor 24 tahun 2010 tentang kedudukan, tugas, dan fungsi kementerian negara serta susunan organisasi, tugas dan fungsi kementerian negara, maka pada tanggal 28 Oktober 2010 ditetapkan struktur baru kementerian komunikasi dan informatika berdasarkan peraturan menteri komunikasi dan informatika (permenkominfo) nomor 17/per/m.kominfo/10/2010 tentang organisasi dan tata kerja kementerian komunikasi dan informatika sebagai pengganti dari peraturan menteri kominfo Nomor 25/per/m.kominfo/07/2008. Struktur yang baru kementerian komunikasi dan informatika terdiri dari sekretariat jendral, inspektorat jendral, direktorat jendral sumber daya dan perangkat pos dan informatika (ditjen sdppi), direktorat jendral penyelenggara pos dan informatika (ditjen ppi), direktorat jendral aplikasi informatika (ditjen aptika), direktorat jendral informasi dan komunikasi publik (ditjen ikp), dan badan penelitian dan pengembangan sumber daya manusia. Dua direktorat jenderal yang baru yaitu direktorat jenderal sumber daya dan perangkat pos dan informatika merupakan hasil pemekaran dari direktorat jenderal pos dan telekomunikasi pada struktur organisasi yang lama. Pembagian Urusan pemerintahan daerah – uu no. 23/2014.

Undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan

daerah telah ditetapkan untuk mengganti uu 32 tahun 2004 yang tidak sesuai lagi dengan perkembangan keadaan, ketatanegaraan, dan tuntutan penyelenggaraan pemerintahan daerah. Muatan uu pemerintahan daerah tersebut membawa banyak perubahan dalam penyelenggaraan pemerintahan. Salah satunya adalah pembagian urusan pemerintahan daerah. Berdasarkan uu nomor 23 tahun 2014 klasifikasi urusan pemerintahan terdiri dari 3 urusan yakni urusan pemerintahan absolut, urusan pemerintahan konkuren, dan urusan pemerintahan umum. Urusan pemerintahan absolut adalah urusan pemerintahan yang sepenuhnya menjadi kewenangan pemerintah pusat. Urusan pemerintahan konkuren adalah urusan pemerintahan yang dibagi antara pemerintah pusat dan daerah provinsi dan daerah kabupaten/kota. Untuk urusan konkuren atau urusan pemerintahan yang dibagi antara pemerintah pusat dan daerah provinsi dan daerah kabupaten/kota dibagi menjadi urusan pemerintahan wajib dan urusan pemerintahan pilihan. Urusan pemerintahan wajib adalah urusan pemerintahan yang wajib diselenggarakan oleh semua daerah. Sedangkan urusan pemerintahan pilihan adalah urusan pemerintahan yang wajib diselenggarakan oleh daerah sesuai dengan potensi yang dimiliki Daerah. Urusan pemerintahan wajib adalah urusan pemerintahan wajib yang diselenggarakan oleh pemerintahan daerah terbagi menjadi urusan pemerintahan yang berkaitan dengan pelayanan dasar dan urusan pemerintahan yang tidak berkaitan dengan pelayanan dasar dan urusan pemerintahan yang tidak berkaitan dengan pelayanan dasar. Berikut pembagian urusan wajib:

Pembagian urusan pemerintahan konkuren antara pemerintah pusat dan daerah provinsi serta daerah kabupaten/kota sebagaimana disebutkan diatas didasarkan pada prinsip akuntabilitas, efisiensi, dan eksternalitas, serta kepentingan strategis nasional. Berikut kriteria-kriteria urusan pemerintahan pusat, daerah provinsi dan daerah kabupaten/kota. Kriteria Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintah Pusat adalah:

- a. Urusan pemerintahan yang manfaat atau dampak negatifnya lintas Daerah provinsi atau lintas negara. Urusan pemerintahan yang lokasinya lintas daerah provinsi atau lintas negara.
- b. Urusan pemerintahan yang penggunaannya lintas daerah provinsi atau lintas negara.
- c. Urusan pemerintahan yang penggunaan sumber dayanya lebih efisien apabila dilakukan oleh pemerintahan pusat.
- d. Urusan pemerintahan yang peranannya strategis bagi kepentingan nasional.

Kriteria urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan pemerintah daerah kabupaten atau kota adalah:

- a. Urusan pemerintahan yang lokasinya dalam daerah kabupaten atau kota.
- b. Urusan pemerintahan yang penggunaannya dalam daerah kabupaten atau kota.
- c. Urusan pemerintahan yang manfaatnya atau dampak negatifnya hanya dalam daerah kabupaten atau kota.
- d. Urusan pemerintahan yang penggunaan sumber dayanya lebih efisien apabila dilakukan oleh daerah kabupaten atau kota.

Menurut salah satu anggota staf (Syaiful Beni S.H) diskominfo kab. Lima Puluh Kota awalnya merupakan bagian dari dinas perhubungan kab. Lima Puluh Kota yang merupakan salah satu bidang yaitu bidang komunikasi publik pada tahun 2009 dan tahun 2017 kemudian memisahkan diri dan membentuk dinas sendiri yang berlokasi di Jln. Ibh, kecamatan. Payakumbuh barat, kota Payakumbuh, Sumatera barat yang di pimpin oleh kepala dinas bapak Fery Chofa. SH.,LL.M. yang memiliki beberapa bidang (Sekretariat, komunikasi publik, *e-government*, infrastruktur tik, statistik) yang bermaksud ebagai sarana publikasi untuk memberikan informasi dan gambaran dinas kominfo kab. Lima Puluh Kota dalam melaksanakan pelayanan informasi.

1. Visi, Misi, Tujuan Dan Sasaran

- a. Visi: mewujudkan kabupaten Lima Puluh Kota sejahtera dan dinamis yang mantap berlandaskan iman dan taqwa.
- b. Misi: meningkatkan tata kelola pemerintah dan kualitas pelayanan public.

Tujuan: meningkatkan tata kelola pemerintah yang baik melalui peningkatan layanan informasi data dan persandian berbasis tik sasaran:

- a) Meningkatkan pelayanan keterbukaan informasi publik
- b) Mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi dalam penyelenggaraan pemerintah
- c) Mengembangkan dan memanfaatkan penyusunan dan pengumpulan data statistik daerah
- d) Meningkatkan penyelenggaraan persandian
- e) Meningkatkan nilai akuntabilitas, keuangan dan reformasi birokrasi Dinas Komunikasi dan Informasi.

2. Tugas dan Fungsi Kepegawaian

a. Tugas pokok

Dinas komunikasi dan informatika yang dipimpin oleh kepala dinas mempunyai tugas pokok membantu bupati melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika, urusan pemerintahan bidang persandian dan urusan pemerintahan bidang statistik.

b. Fungsi Kepegawaian

a) Sekretariat

Sekretaris mempunyai tugas mengelola urusan kesekretariatan yang meliputi administrasi umum, keuangan, kepegawaian dan program dan pelaporan dinas. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekretariat menyelenggarakan fungsi: perumusan kebijakan teknis di bidang kesekretariatan: pengelolaan urusan administrasi umum meliputi surat menyurat, kearsipan, kepegawaian, pengadaan, perlengkapan, kerumah tanggaan, hubungan masyarakat dan keprotokolan dinas: pengelolaan urusan administrasi keuangan dinas: pengelolaan penyusunan dan pelaporan program dinas: pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya. uraian tugas sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah sebagai berikut : membantu kepala dinas dalam melaksanakan tugas di bidang kesekretariatan;

- 1) Mengelola penyusunan rencana dan program kerja sekretariat, sebagai pedoman pelaksanaan tugas : memberikan saran dan bahan pertimbangan kepada kepala dinas, yang berkaitan dengan kegiatan bidang kesekretariatan, dalam rangka pengambilan keputusan/kebijakan.

- 2) Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada para kepala sub bagian, sesuai dengan tugas dan fungsinya.
- 3) Membina dan memotivasi bawahan dalam rangka pelaksanaan tugas, peningkatan produktivitas dan pengembangan karier bawahan.
- 4) Memantau, mengendalikan, mengevaluasi, dan menilai pelaksanaan tugas bawahan: mewakili kepala dinas dalam hal kepala dinas berhalangan untuk melakukan koordinasi eksternal yang berkaitan dengan tugas-tugas dinas.
- 5) Mengelola penyusunan rencana dan program kerja dinas, sebagai pedoman pelaksanaan tugas dinas.
- 6) Mengkoordinasikan dan mengendalikan pelaksanaan administrasi kearsipan, naskah dinas baik yang masuk maupun keluar.
- 7) Mengoreksi surat-surat atau naskah dinas di lingkup dinas.
- 8) Memberikan saran dan bahan pertimbangan kepada kepala dinas dalam rangka pengambilan keputusan atau kebijakan.
- 9) Mengatur pelaksanaan layanan di bidang kesekretariatan kepada unit organisasi di lingkup dinas.
- 10) Menyusun dan menelaah peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan dinas.
- 11) Memantau kegiatan bawahan lingkup kesekretariatan.
- 12) Mengelola pengadaan dan perlengkapan serta rumah tangga yang menjadi kebutuhan dinas.
- 13) Mengelola hubungan masyarakat dan keprotokolan dinas.
- 14) Mengelola evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas/kegiatan kesekretariatan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 15) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada kepala dinas.
- 16) Mengelola administrasi dan penatausahaan keuangan dinas.
- 17) Melaksanakan koordinasi dalam menunjuk pemimpin kegiatan

18) Melaksanakan pengusulan/penunjukan bendahara dan pembantu bendahara.

19) Melaksanakan pembinaan, pengarahan, dan pengawasan kepada bendahara.

b) Bidang Komunikasi Publik

Publik bertugas membantu kepala dinas penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, layanan hubungan media dan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi di kabupaten Lima Puluh Kota. Dalam menjalankan tugas Bidang komunikasi publik menyelenggarakan fungsi:

- 1) Penyiapan bahan perumusan kebijakan di bidang penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, layanan hubungan media dan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi di kabupaten Lima Puluh Kota: Penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan di bidang penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, layanan hubungan media dan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi di kabupaten Lima Puluh Kota
- 2) Penyiapan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria penyelenggaraan di bidang penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, layanan hubungan media dan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi di kabupaten Lima Puluh Kota
- 3) Penyiapan bahan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan

media komunikasi publik, layanan hubungan media dan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi di kabupaten Lima Puluh Kota dan Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, layanan hubungan media dan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi di kabupaten Lima Puluh Kota

- 4) Bidang komunikasi publik, terdiri dari: seksi pengelolaan media komunikasi publik, seksi layanan hubungan media, seksi pemberdayaan media massa.

c) Bidang e-Government

Melaksanakan tugas pokok penyiapan perumusan, dan pelaksanaan kebijakan penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik, spesifik & suplemen yang terintegrasi, penyelenggaraan ekosistem tik smart city, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan, penyelenggaraan government chief information officer (gcio) di pemerintah kabupaten lima puluh kota, pengembangan sumber daya tik pemerintah daerah kabupaten Lima Puluh Kota dan masyarakat di kabupaten Lima Puluh Kota serta layanan pengadaan secara elektronik. dalam menjalankan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), bidang e-government menyelenggarakan fungsi:

- 1) Penyiapan bahan perumusan kebijakan di bidang layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik, spesifik & suplemen yang terintegrasi, penyelenggaraan ekosistem tik smart city, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan, penyelenggaraan government chief information officer (gcio) di pemerintah kabupaten Lima

Puluh Kota, pengembangan sumber daya tik pemerintah daerah kabupaten Lima Puluh Kota dan masyarakat di kabupaten Lima Puluh Kota serta layanan pengadaan secara elektronik

- 2) Penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan di bidang Layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik, spesifik & suplemen yang terintegrasi, penyelenggaraan ekosistem tik smart city, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan, penyelenggaraan government chief information officer (gcio) di pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota, pengembangan sumber daya tik pemerintah daerah Kabupaten Lima Puluh Kota dan masyarakat di kabupaten Lima Puluh Kota serta layanan pengadaan secara elektronik
- 3) Penyiapan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria penyelenggaraan di bidang layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik, spesifik & suplemen yang terintegrasi, penyelenggaraan ekosistem tik smart city, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan, penyelenggaraan government chief information officer (gcio) di pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota, pengembangan sumber daya tik pemerintah daerah kabupaten lima puluh kota dan masyarakat di Kabupaten Lima Puluh Kota serta layanan pengadaan secara elektronik
- 4) Penyiapan bahan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik, spesifik & suplemen yang terintegrasi, penyelenggaraan ekosistem tik smart city, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan, penyelenggaraan government chief information officer (gcio) di pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota, pengembangan sumber daya tik pemerintah daerah kabupaten Lima Puluh Kota dan masyarakat

di kabupaten Lima Puluh Kota serta layanan pengadaan secara elektronik.

- 5) Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik, spesifik & suplemen yang terintegrasi, penyelenggaraan ekosistem tik smart city, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan, penyelenggaraan government chief information officer (gcio) di pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota, pengembangan sumber daya tik pemerintah daerah kabupaten Lima Puluh Kota dan masyarakat di kabupaten Lima Puluh Kota serta layanan pengadaan secara elektronik; dan pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai ruang lingkup tugasnya.

d) Bidang Infrastruktur TIK

Melaksanakan tugas penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang layanan infrastruktur dasar data center, disaster recovery center & tik, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan manajemen data dan informasi e-government, integrasi layanan publik dan pemerintahan, layanan keamanan informasi e- government, layanan sistem komunikasi intra pemerintah kabupaten lima Puluh Kota.

Dalam menjalankan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (2), bidang infrastruktur tik menyelenggarakan fungsi:

- 1) Penyiapan bahan perumusan kebijakan di bidang layanan infrastruktur dasar data center, *disaster recovery center* & TIK, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan manajemen data dan informasi e-government, integrasi layanan publik dan pemerintahan, layanan keamanan informasi e-government, layanan sistem komunikasi intra pemerintah

kabupaten Lima Puluh Kota: penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan di bidang layanan infrastruktur dasar data center, *disaster recovery center&tik*, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan manajemen data dan informasi e-government, integrasi layanan publik dan pemerintahan, layanan keamanan informasi e-government, layanan sistem komunikasi intra pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota

- 2) Penyiapan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria penyelenggaraan di bidang layanan infrastruktur dasar data center, *disaster recovery center&tik*, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan manajemen data dan informasi e-government, integrasi layanan publik dan pemerintahan, layanan keamanan informasi e-government, layanan sistem komunikasi intra pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota
- 3) Penyiapan bahan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang layanan infrastruktur dasar data center, *disaster recovery center&tik*, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan manajemen data dan informasi e-government, integrasi layanan publik dan pemerintahan, layanan keamanan informasi e-government, layanan sistem komunikasi intra pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota
- 4) pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang layanan infrastruktur dasar data center, *disaster recovery center &tik*, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan manajemen data dan informasi e-government, integrasi layanan publik dan pemerintahan, layanan keamanan informasi e-government, layanan sistem komunikasi intra pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota

- 5) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan ruang lingkup tugasnya.

e) Statistik, Persandian Dan Informasi Publik

Bidang Statistik, persandian dan informasi publik melaksanakan tugas penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang statistik sektoral, persandian, pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah, serta pelayanan informasi publik di kabupaten Lima Puluh Kota. Dalam menjalankan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (2), bidang statistik, persandian dan informasi publik menyelenggarakan fungsi:

- 1) Penyiapan bahan perumusan kebijakan di bidang statistik sektoral, persandian, pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah, serta pelayanan informasi publik di kabupaten Lima Puluh Kota
- 2) Penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan di bidang statistik sektoral, persandian, pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah, serta pelayanan informasi publik di kabupaten Lima Puluh Kota
- 3) Penyiapan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria penyelenggaraan di bidang statistik sektoral, persandian, pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah, serta pelayanan informasi publik di kabupaten Lima Puluh Kota.

- 4) penyiapan bahan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang statistik sektoral, persandian, pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah, serta pelayanan informasi publik di kabupaten Lima Puluh Kota.
- 5) Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang statistik sektoral, persandian, pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah, serta pelayanan informasi publik di kabupaten Lima Puluh Kota.

C. Temuan Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang hasil akhirnya berupa narasi tentang apa yang telah diteliti. Penelitian yang saat ini peneliti lakukan adalah jenis penelitian lapangan, yang nantinya mengungkap fenomena yang ada di lapangan dan hasilnya berupa deskripsi tentang apa yang terjadi di lapangan sesuai dengan pertanyaan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui Bagaimana Strategi *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informasi kabupaten Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik, maka pada bab ini penulis akan memaparkan hasil dari penelitian yang telah penulis lakukan.

Pada penelitian ini untuk memperoleh data dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Informan peneliti dalam penelitian ini adalah Pengurus Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota. Pengumpulan data dengan metode wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara sebagai panduan untuk menanyakan mengenai aspek yang akan diungkap terkait dengan Bagaimana Strategi *Media Relations* dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik. Sebelum penulis menguraikan lebih lanjut, berikut penulis memaparkan terlebih dahulu beberapa pertanyaan penelitian terkait dengan

Bagaimana Strategi *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informasi kabupaten Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik, antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana Bentuk-Bentuk Strategi *Media Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) kab.Lima Puluh Kota dalam Pelayanan Informasi Publik?
2. Implikasi *Media Relations* Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota dalam pelayanan informasi publik

Berdasarkan sub fokus di atas maka dapat diuraikan berdasarkan berikut ini:

1. Bentuk-Bentuk Strategi *Media* Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota dalam pelayanan informasi.

Strategi *media relations* dalam suatu pemerintahan memang sangat penting apalagi di era modern ini dimana Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota yang mempunyai tugas dan bertanggung jawab atas penyedia informasi terkait program maupun informasi kabupaten Lima Puluh Kota sehingga menjalin hubungan baik dan bekerjasama dengan awak media sangat diperlukan karena dapat membantu publikasi informasi seputar program yang ada di kabupaten Lima Puluh Kota yang dapat membesarkan nama pemerintah Kabupaten karanganyar. Berikut beberapa pelayanan informasi dengan media yang ada di kabupaten Lima Puluh Kota :

a. Media elektronik

Pemkab Lima Puluh Kota memberikan informasi ke publik mengenai kegiatan atau program-program mengenai pemerintahan melalui media elektronik misalnya radio yang ada kab. Lima Puluh Kota. Informasi yang di berikan tentang pembangunan dan mengenai ekonomi. Diskominfo yang dimana berkerja sama bersama radio harau dan safasindo FM. Selain itu diskominfo juga mempunyai acara di radio yakni Talkshow dialog interaktif bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat dan bagi masyarakat yang belum paham tentang informasi yang di berikan bisa menghubungi langsung pihak radio di

mana ada sesi tanya jawab supaya tidak ada kesalah pahaman mengenai informasi tersebut.

Gambar 4.1. Talkshow bersama safasindo fm



b. Media Sosial

Diskominfo dalam penyebaran informasi kebanyakan melalui media sosial yaitu melalui instagram, youtube, twitter. Dimana instagram kominfo yaitu @limapuluhkotakab_oke memiliki followers sebanyak 3,686 dan berisikan informasi-informasi seputar kegiatan-kegiatan kab. Lima Puluh Kota misalnya mengenai vaksinasi COVID 19 dan youtube memiliki 383 subscriber dan twitter memiliki pengikut 551 dan website [Http://www. Limapuluhkotakab.go.id](http://www.limapuluhkotakab.go.id), yang dibuat sejak awal berdasarkan hingga 2 Desember 2020 pengunjung website berkisar 35172 pada tahun 2022 Pengunjung .

Gambar 4.2. Twitter diskominfo kab. Lima puluh kota



Gambar 4.3. Website resmi diskominfo kab. Lima Puluh Kota



ungan media dan pers merupakan sebagai alat pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan publik. Dikarenakan salah satu fungsi pers adalah kekuatan pembentuk opini yang sangat efektif melalui media massa. Diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota menjalin kerjasama yang baik dengan media massa yang ada. Kerjasama dengan pers akan menghasilkan frekuensi publisitas yang cukup tinggi, dampaknya publik dapat mengetahui informasi dalam waktu yang singkat dan cakupan wilayah yang luas. Diskominfo kabupaten Lima

Puluh Kota memang sangat membutuhkan kerjasama dengan pihak media massa dalam membantu mensosialisasikan program-program Pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota, karena media massa merupakan saluran penyampaian pesan yang dapat mencapai jumlah massa yang besar dan heterogen serta lebih cepat. Kerjasama dilakukan dengan berbagai media massa, yaitu media cetak dan elektronik. Tujuan dilakukan penelitian ini supaya mendapat gambaran, jawaban dan kesimpulan dari permasalahan yang telah dirumuskan.

1) Mengelola Relasi

- a) Mengelola relasi dengan media massa sebagai institusi dan wartawan sebagai pekerja media massa, lakukan komunikasi yang intens diantara kedua belah pihak yang berkenaan dengan tugas-tugas pokok masing-masing,
- b) Membentuk tim media, Seluruh anggota menjalankan tugas menjalin hubungan baik dengan pihak media,
- c) Menjalni relasi yang dibangun berdasarkan hubungan antar manusia.

2) Mengembangkan Strategi

- a) Mengembangkan materi PR untuk media massa,
- b) Menggunakan berbagai media yang ada untuk menyampaikan pesan kepada publik,
- c) Membangun dan memelihara kontak dengan media massa,
- d) Memosisikan organisasi sebagai sumber informasi handal untuk media massa,
- e) Memosisikan pimpinan organisasi sebagai juru bicara,
- f) Selalu berkoordinasi dengan bagian-bagian lain dalam perusahaan sehingga selalu mendapatkan informasi mutakhir.

3) Mengembangkan Jaringan

- a) Merekrut tenaga wartawan untuk menjadi Public Relations Officers (PRO) di organisasi,

- b) Memiliki hubungan baik dengan organisasi profesi kewartawanan,
- c) Memiliki hubungan baik dengan orang dari profesi yang berasal dari luar organisasi yang berkenaan memperluas jaringan dengan dunia media massa.

Diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota mempunyai peran dan fungsi sebagai penghubung antara pemerintah dengan publik melalui media dengan melakukan *media relations* seperti *press conference*, *press release*, *press tour*, *press gathering*, dan *media visit*. Aktivitas *media relations* yang dilakukan Diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota bertujuan menjaga hubungan baik dengan media serta untuk memperoleh publisitas sebanyak-banyaknya dan seluas-luasnya melalui media. Seperti halnya *media relations*, untuk mendapatkan image baik di mata masyarakat tidak cukup dengan pelayanan dan fasilitas yang baik saja namun harus ada peran dari media massa. Apalagi sekarang ini kita berada di tengah masyarakat komunikasi yang banyak memanfaatkan media massa untuk berkomunikasi dengan publik. Diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota juga mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan *media relations*. Adapun bentuk kegiatan *media relations*, kegiatan yang berkaitan dengan *media relations* adalah yang dilakukan oleh diskominfo meliputi :

1. *Press conference*

Press Conference yaitu sekelompok wartawan dari berbagai media berkumpul untuk mendapatkan informasi secara langsung. *Press conference* sering kali dilangsungkan sebelum atau sesudah mengadakan suatu acara yang bersifat resmi seperti penyampaian informasi-informasi penting, event tertentu dengan topik yang sedang hits, menjelaskan suatu masalah yang sedang terjadi atau yang disebut klarifikasi. Dalam kegiatan *press conference* disertakan juga *press release* untuk narasumber dan pers yang bertujuan untuk menguatkan hasil dari kegiatan *press conference*, dengan demikian informasi yang diberikan

akan menjadi jelas dan diharapkan pers dapat mempublikasikannya kepada masyarakat.

2. *Press Tour*

Press Tour ini merupakan kegiatan dimana para wartawan dari berbagai media yang bekerjasama dengan Pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota diajak untuk mengunjungi suatu acara peresmian atau event-event tertentu yang berhubungan dengan pemerintahan.

3. *Press Gathering*

Diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota melakukan upaya dalam mewujudkan hubungan harmonis dengan media, cara yang ditempuh salah satunya *Press gathering* dengan para wartawan untuk dapat berkumpul yang diadakan dengan tujuan menambah keakraban antara pegawai dengan para wartawan.

4. *Media visit*

Media visit sangat mempengaruhi pola kerja pegawai Diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota dengan media dengan cara mengunjungi media-media secara berkala. Hal ini merupakan upaya dalam meningkatkan hubungan harmonis dengan media.

5. *Press Release*

Press Release sebagai publisitas yaitu media yang banyak digunakan untuk menyebarkan berita atau informasi kegiatan seputar Pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota. Tim liputan rutin mengupload Data hasil dari liputan yang diolah dalam bentuk press release melalui web Pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota setelah selesai liputan kegiatan yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Press release* yang dibuat oleh tim liputan yang ditujukan kepada masyarakat agar mudah dimengerti isinya serta mengetahui informasi maupun seputar kegiatan yang ada kabupaten Lima Puluh Kota. Sosialisasi program pemerintah atau menyebarluaskan informasi tidak akan terealisasi tanpa adanya kerja sama dengan awak media. Maka dari itu, Diskominfo melakukan berbagai cara untuk dapat sosialisai program agar tercapainya tujuan organisasi. Salah satunya

adalah terus gencar melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan kepercayaan publik serta membangun opini publik yaitu melakukan kegiatan-kegiatan seperti melakukan sosialisasi program dalam acara kegiatan-kegiatan tertentu seperti halnya wayangan, festival-festival dan lain sebagainya yang dapat membesarkan nama pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota

2. Potensi dan Hambatan *Media Relations* Diskominfo Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota.

Meski hubungan yang dijalankan oleh Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota serta Komunikasi dan informasi dengan media berlangsung cukup baik, namun jalinan yang dibangun bukan tanpa halangan. Masih banyak kendala dihadapi Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota sdalam menjalankan *Media Relation*, yaitu Masih minimnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki, SDM yang dimaksud adalah latar belakang keilmuan yang bukan berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi maupun yang berkaitan dengan Ilmu Jurnalistik, sehingga perlu diadakan pelatihan-pelatihan khusus agar menjadi professional handal. Yang dapat dilihat melalui strategi yang akan dikembangkan untuk meningkatkan sumber daya manusia dengan melalui skill dan pengalaman di dunia jurnalis, Kendala lainnya terletak pada sarana dan prasarana yang masih terbatas seperti saat sekarang ini kantor kominfo berada jauh dari kantor bupati Lima Puluh Kota dimana seharusnya kantor kominfo berada dekat dengan kantor bupati untuk informasi yan di peroleh oleh kominfo bisa langsung tersampaikan. Kendala linnya adalah Perbedaan sudut pandang, artinya media dalam mempublikasikan kebijakan-kebijakan Pemerintah Kab. Lima Puluh tidak secara utuh. Sehingga masyarakat selaku khalayak penerima informasi masih kurang memahami maksud dan tujuan berita tersebut.

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 Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota dibentuk

melalui informasi yang disebarakan dimedia, sehingga bisa digunakan sebagai ukuran untuk memperoleh nilai positif serta apresiasi dari lingkungan yang ada.

D. PEMBAHASAN

Berikut penulis akan membahas dan menganalisis dari hasil penelitian dari pengumpulan data yang diperoleh baik dari hasil wawancara maupun hasil observasi yang dilakukan penulis di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Lima Puluh Kota. Sesuai dengan judul dan rumusan masalah yang telah dirumuskan maka pengumpulan data dilakukan terhadap orang yang secara langsung berkompeten di bagian tersebut yaitu dengan responden penelitian diantaranya yaitu :

1. Layanan media dan kehumasan
2. Kepala bidang informasi dan komunikasi publik (kp).
3. Kepala monitoring opini dan aspirasi publik.
4. Pengolaan media komunikasi publik

Dalam analisis data peneliti menggunakan strategi media relations, yang terdiri dari : mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan.

1. Bentuk Strategi media relations Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota dalam pelayanan informasi.

a. Mengelola Relasi

Strategi media relations yang pertama adalah dengan mengelola relasi, dimana mengelola relasi di sini adalah menjalin hubungan dengan media. Di suatu instansi tidak lepas tanpa adanya peran dari media. Apalagi di era modern ini, hampir semua orang menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi. Berikut penuturan Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (KP): Saat ini yang paling mudah menyampaikan publikasi informasi efektif melalui media sosial, yang saat ini kita dorong informasi apapun di media sosial.

Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota gencar untuk melakukan berbagai cara untuk dapat sosialisasi program Lima Puluh Kota pemerintah sehingga dapat membesarkan nama pemerintah Kabupaten. Salah satunya adalah dengan menjalin kerjasama dengan beberapa media baik itu media lokal maupun media skala nasional. Media yang sudah bekerjasama dengan pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota yang secara terikat meliputi media dari Kompas, Denai TV.

Di situlah kita dapat mengetahui bahwa peran media sangatlah penting bagi Instansi. Untuk kegiatan *media relations* bukan hanya sebatas mengenal dengan media saja tapi juga harus akrab dengan awak media supaya hubungan dengan media dapat terjaga dengan baik. Berikut penuturan Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (KP) : Media itu kan menjadi patner kita dalam melaksanakan publikasi sehingga perlu dijalin komunikasi, koordinasi baik dengan media yang ada sehingga informasi apapun yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota bisa di bantu dipublikasikan bersama dengan media massa yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota”. Upaya membangun hubungan pers, Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pers. Menyelenggarakan *press conference* yaitu kegiatan yang mana di dalam kegiatan tersebut menyampaikan informasi-informasi penting, event tertentu dengan topik yang sedang hits, menjelaskan suatu masalah yang sedang terjadi atau yang disebut klarifikasi. Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki tim media di dalam pelaksanaan menjalin hubungan dengan para wartawan yaitu Sub Bagian Bidang Komunikasi Publik (IKP). Mengelola relasi kegiatan *media relations* yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota tidak hanya terbatas pada kegiatan informal di dalam ruangan atau meja kerja. Tetapi juga melalui kegiatan *media relations* dengan mengajak para wartawan untuk kegiatan diluar ruangan yang bersifat lebih santai dan untuk pengakraban seperti *press gathering*. *Media visit* yang kerap kali dilakukan oleh Diskominfo Lima Puluh Kota dengan wartawan yang bekerjasama dengan

pemkab Lima Puluh Kota yakni untuk mempengaruhi pola kerja pegawai Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota dengan media dengan cara mengunjungi media-media secara berkala. Hal ini merupakan upaya dalam meningkatkan hubungan harmonis dengan media.

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Lima Puluh Kota bersama sejumlah awak media yang bertugas di Lima Puluh Kota, mengunjungi kantor redaksi media lokal, Adapun kunjungan tersebut membahas perihal kerja sama antara media dan pemerintah daerah Melalui kerja sama itu pemerintah diberi ruang untuk mengenalkan potensi daerah masing-masing yang tetap berimbang dalam memberitakan dan berpegang pada kode etik jurnalistik. Semua kegiatan dilakukan untuk tetap menjaga hubungan baik dengan media serta dari ke dua belah pihak sama-sama memperoleh keuntungan dari pihak media dapat memperoleh informasi untuk dijadikan berita sedangkan dari pihak Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota mendapat publisitas. Sejumlah prinsip umum untuk membina hubungan atau relasi dengan pers yang baik. Terkait dengan hal ini yang terjadi berdasarkan temuan data yang penulis peroleh bahwa dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1) *By Serving The Media* (Pelayanan Kepada Media)

Memberikan pelayanan kepada media dengan memfasilitasi, transparansi apapun yang menyangkut sosialisasi dan selalu berkomunikasi dengan baik. Semisal, ada berita penting mengenai kendala suatu hal dan menyangkut masyarakat banyak maka tidak segan untuk memberikan informasi kepada media untuk keterjangkauan pada seluruh lapisan masyarakat mengerti apa yang terjadi. Meskipun ada beberapa informasi yang memang tidak untuk diberitakan ke masyarakat luas.

2) *By Establishing A Reputation For Reliability* (Menegakkan Reputasi Perusahaan Agar tetap di percaya)

Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota selalu menegakkan reputasi agar mendapatkan kepercayaan dari awak media, selalu

menyiapkan bahan informasi akurat yang mana agar layak untuk dipublikasikan yang mempunyai nilai berita bagi media dan setiap produk jurnalistik dengan sumber data atau beritanya yang jelas, valid, bisa di pertanggung jawabkan dan layak untuk diberitakan. Dengan demikian hubungan akan tetap terjalin hangat antara media dengan Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota.

3) *By Supliying Good Copy* (Menyuplai Naskah Informasi yang Baik)

Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota menjalin hubungan media yaitu memberikan informasi yang baik, sesuai dengan kebutuhan media dan menarik perhatian supaya dapat dijadikan berita yang menarik, memiliki nilai berita yang kuat dan layak dimuat pada semua media massa sehingga diminati masyarakat untuk membacanya. Selain itu juga di dukung dengan disediakan dokumen dalam bentuk foto/gambar.

4) *By Cooperation in Providing Material* (Kerja Sama dalam Menyediakan Bahan Informasi)

Wartawan diberikan kesempatan untuk wawancara langsung untuk berwawancara sesuai dengan apa yang di butuhkan oleh pers/wartawan.

5) *By Providing Verification Facilities* (Menyediakan fasilitas)

Pemberian fasilitas ini untuk memudahkan wartawan melakukan peliputan. Pihak Diskominfo juga menyediakan fasilitas seperti *press room* lengkap dengan fasilitas internet dan ruangan yang nyaman untuk menunjang kebutuhan wartawan.

Melalui *media relations* ini Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota berharap berita yang dimuat oleh media bisa membantu dalam pelayanan informasi yang dapat membesarkan nama Pemerintah. Maka dari itu hubungan antara pihak Instansi dengan media harus tetap harmonis. Sampai saat ini hubungan antara media dengan Diskominfo Kabupaten Kabupaten Lima Puluh Kota terjalin dengan baik sehingga tidak pernah ada konflik antara keduanya. Hal ini membawa pengaruh baik untuk

keduanya. Dimana wartawan tersebut selalu meliput semua kegiatan dan berbagai informasi tentang program pemerintah dan pihak Diskominfo dalam publikasi akan tercapai dengan baik.

b. Mengembangkan Strategi

Setelah hubungan dengan relasi terjalin dengan baik, langkah yang kedua yaitu dengan mengembangkan strategi. Sangat penting bagi suatu instansi untuk mengembangkan strategi dalam menjalankan *media relations*. Pengembangan strategi *media relations* pada dasarnya untuk mencapai meningkatkan kesadaran, mengubah sikap dan mendorong tindakan publik pada suatu instansi. Namun pengembangan atau inovasi strategi harus dimodifikasi dari waktu ke waktu. Salah satu strategi yang digunakan adalah kerjasama dengan daerah lain. Kerjasama daerah merupakan sarana untuk lebih memantapkan hubungan dan keterikatan daerah yang satu dengan daerah yang lain dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia, menyeraskan pembangunan daerah, mensinergikan potensi antar daerah serta meningkatkan pertukaran pengetahuan, teknologi sehingga jejaring kerjasama yang efektif dan produktif antar daerah merupakan solusi alternatif meningkatkan kesejahteraan rakyat dalam mengembangkan konsep pelayanan publik, serta optimalisasi pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam seperti kerjasama antar daerah misalnya dengan daerah Bukittinggi dengan berkerja sama dengan rri Bukittinggi. Berikut penuturan Reymon Yazid S.H Komunikasi Publik (KP):

“Kita beberapa kegiatan beberapa dalam hal peliputan kegiatan itu bersama-sama dengan teman media wartawan yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota kita memfasilitasi adanya press room Saling berkolaborasi sehingga apa yang menjadi tugas kominfo selaku dalam beberapa kegiatan peliputan bersama teman-teman media wartawan pemerintah bisa dibantu oleh tim media termasuk media peliputan bareng-bareng kita fasilitasi mereka sehingga dapat membantu dengan lancar tugas-tugas kita”.

Pemkab Lima Puluh Kota juga bekerjasama dengan Pemkot Riau program kerja sama di bidang promosi wisata. Dengan adanya kerjasama

ini akan dapat lebih mendekatkan hubungan kedua daerah untuk mengembangkan sumber daya masing-masing daerah yang nantinya dapat lebih meningkatkan aktivitas perekonomian kedua daerah yang bertujuan menciptakan sinergi usaha dengan prinsip yang saling menguntungkan di antara kedua belah pihak. Konteks media internal, misalnya kehadiran berbagai jenis media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dua arah antara instansi dengan warga internet. Pengembangan Strategi *media relations* yaitu adanya partisipatif aktif kegiatan internal media yaitu dengan kunjungan wisata dengan awak media yang bekerjasama. Mengembangkan strategi diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota dalam menyebarkan berbagai informasi ke masyarakat luas menggunakan berbagai media mulai dari media fisik misalnya dalam bentuk media luar ruang dan media cetak, surat kabar, Media non fisik dalam artian media elektronik terdapat media online kanal media sosial seperti seperti *facebook, twitter, website, youtube dan instagram* serta media elektronik radio dimana semua itu bertujuan agar segala informasi mengenai pemerintah dapat tersampaikan dengan baik di masyarakat Seperti pada pernyataan kepala bidang komunikasi publik yaitu:

“Untuk menyebarluaskan informasi secara merata kepada masyarakat, kami juga perlu memberikan pemetaan terhadap masyarakat yang tidak biasa menggunakan atau tidak memiliki media elektronik seperti handphone, komputer, internet, dan radio agar tetap dapat mengakses informasi yang kami sebar. Jadi media yang kami anggap paling pas dalam menjangkau seluruh masyarakat kabupaten Lima Puluh Kota adalah dengan media cetak seperti koran”.

Hubungan antara media dengan pihak Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan langkah awal dalam tercapainya tujuan. Tujuan utamanya ialah untuk pelayanan informasi publik yang dapat membesarkan nama Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota melalui formasi dari media, sedangkan tujuan media sendiri adalah mendapatkan berita. Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota dalam mengembangkan strategi dengan cara berkolaborasi dengan media massa. Dengan cara pada bagian Komunikasi Publik (KP) tim liputan yang

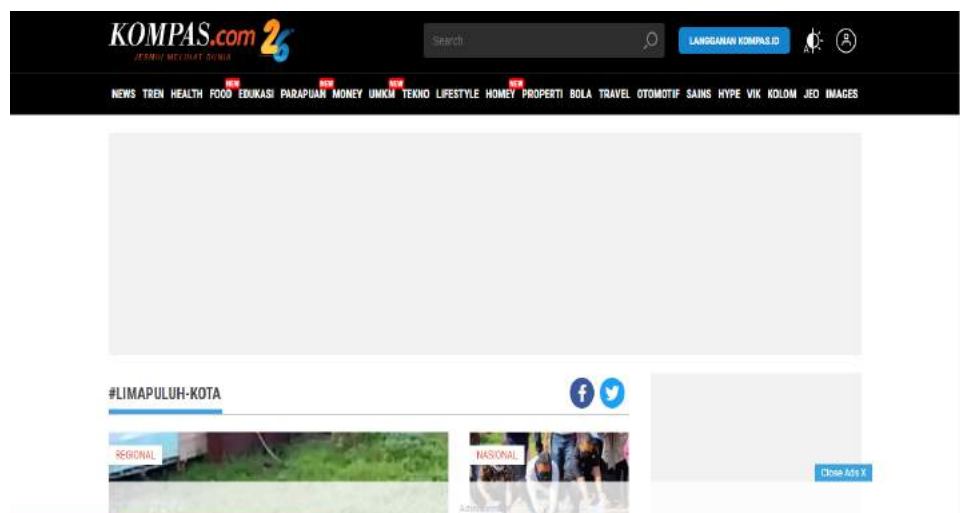
ditugaskan untuk meliput semua kegiatan yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota yang telah dijadwalkan setiap harinya bersama dengan wartawan internal. Pihak Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota juga mengadakan pelatihan-pelatihan terutama bidang Komunikasi Publik (KP) jurnalistik karena yang bertugas mengirim *press release* tentang kegiatan yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota ke *website* maupun media sosial yang harus memenuhi kriteria kode etik jurnalistik yang dijadikan pedoman agar layak untuk dipublikasikan ke media. Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota mempunyai standart operating procedure (SOP) peliputan berita dalam meyebarkan informasi melalui website maupun media sosial Kabupaten Lima Puluh Kota. Hubungan yang terjalin antara Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota. dengan media bisa dikatakan sangat baik. Sehingga tidak pernah ada yang namanya konflik dengan wartawan sampai saat ini. Dengan begitu wartawan menjadi sering untuk meliput berita mengenai Pemkab kabupaten Lima Puluh Kota.. Hubungan yang terjalin tersebut berlandaskan pada sikap saling menghargai peran satu sama lain dan saling mendukung. Dengan begitu rasa saling mempercayai akan peran untuk kepentingan bersama.

c. Mengembangkan Jaringan

Strategi media relations yang ketiga yaitu mengembangkan jaringan yaitu dengan wartawan-wartawan media massa. Pada setiap organisasi dalam mengembangkan jaringan diperlukan wartawan internal karena di dalam sebuah Instansi tidak akan bisa jika bergerak sendiri tanpa adanya kerjasama dengan awak media. Di diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota sendiri memang memiliki wartawan internal. Hal ini bertujuan untuk membantu dengan lancar tugas-tugas yang ada. berikut penuturan layanan media dan kehumasan: “Media yang digunakan dalam menyosialisasikan program medianya banyak, media fisik misalnya dalam bentuk media luar ruang terus media cetak. media non fisik dalam artian media elektronik, media online kita punya media sosial terus juga media elektronik radio”. Hal bekerjasama dengan wartawan-wartawan media

massa, pada bagian Komunikasi Publik (KP) khususnya pada tim liputan yang ditugaskan pada setiap harinya dalam meliput kegiatan dalam hal berbagi berita materi-materi seperti foto dan berita. Misalnya, terdapat wartawan media massa yang tidak bisa hadir atau terlambat dalam suatu kegiatan yang ada di Lima Puluh Kota entah itu ada halangan atau jadwal yang berbenturan dengan kegiatan lain, para wartawan bisa meminta hasil tentang liputannya kepada petugas liputan, hal tersebut termasuk data-data dan foto-foto yang akan digunakan untuk publikasi. Pengembangan jaringan merupakan aspek pokok dalam *media relations* organisasi. Bagaimana mengembangkan jaringan tersebut, pada dasarnya mempertanyakan posisi organisasi dalam sistem komunikasi yang ada pada masyarakat. Banyak yang menyebutkan, salah satu cara untuk mengembangkan jaringan tersebut adalah memasuki organisasi-organisasi profesi atau memiliki kontak dengan organisasi profesi. Diskominfo Kabupaten Lima Puluh Kota tidak hanya menjalin kerjasama dengan media lokal saja namun juga media skala nasional seperti Kompas.Com dan Sumbar.antaraneews.com dengan menjalin kerjasama publikasi dan informasi media, serta pemberitaan

Gambar 4.4. Kompas .com berkeja sama dengan kominfo



Media masa terutama Koran adalah pintu gerbang yang sejauh ini paling ideal, pintu gerbang disini artinya pintu masuk ke berbagai kanal informasi jadi sebelum masuk sana alangkah tertib dan baiknya jika masuk pintu gerbang kerjasama dengan koran Luak limopuluah mengajak warga menjadi pembaca konvensional dengan membaca secara langsung

Gambar 4.5. Koran Luak Limopuluah



2. Potensi dan Hambatan *Media Relations* Diskominfo Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota

Strategi *media relations* yang digunakan diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota seperti, mengelola relasi, mengembangkan jaringan, dan mengembangkan strategi sudah berjalan dengan baik artinya diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota dalam upaya menyampaikan informasi-informasi dari pemerintah kepada masyarakat khususnya sebagai upaya pelayanan informasi publik pemerintah serta kemajuan-kemajuan yang telah dicapai oleh pemerintah kabupaten Lima Puluh Kota sudah cukup baik artinya dalam bertugas menyampaikan informasi-informasi agar

tersampaikan kepada masyarakat banyak menggunakan berbagai cara seperti gambar berikut ini : Informasi-informasi yang disampaikan dalam sosialisasi program ini berupa kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Bupati selaku kepala daerah kabupaten Lima Puluh Kota serta bawahannya yang berhubungan dengan kemajuan kabupaten Lima Puluh Kota Sumber-sumber informasi yang diperolehpun berasal dari kegiatan-kegiatan pemerintahan kabupaten Lima Puluh Kota.

Meski hubungan yang dijalankan oleh Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota serta Komunikasi dan informasi dengan media berlangsung cukup baik, namun jalinan yang dibangun bukan tanpa halangan. Masih banyak kendala dihadapi Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota sdalam menjalankan *Media Relation*, di antaranya ialah :

- a. Masih minimnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki, SDM yang dimaksud adalah latar belakang keilmuan yang bukan berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi maupun yang berkaitan dengan Ilmu Jurnalistik, sehingga perlu diadakan pelatihan-pelatihan khusus agar menjadi professional handal. Yang dapat dilihat melalui strategi yang akan dikembangkan untuk meningkatkan sumber daya manusia dengan melalui skill dan pengalaman di dunia jurnalis. Petugas harus lebih meningkatkan ilmu yang berkaitan dengan media agar dapat terlaksana dengan baik dalam menyebarluaskan informasi
- b. Kendala lainnya terletak pada sarana dan prasarana yang masih terbatas.
- c. Perbedaan sudut pandang, artinya media dalam mempublikasikan kebijakan-kebijakan Pemerintah Kab. Lima Puluh tidak secara utuh. Sehingga masyarakat selaku khalayak penerima informasi masih kurang memahami maksud dan tujuan berita tersebut. Seperti yang telah dijelaskan oleh Reymon yazid S.H bahwa :“Memang dengan kondisi SKPD Diskominfo masih memiliki kekurangan dalam hal kapasitas sumber daya manusia dan

perangkat-perangkat yang membantu aktivitas Diskominfo”. 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 Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota dibentuk melalui informasi yang disebar di media, sehingga bisa digunakan sebagai ukuran untuk memperoleh nilai positif serta apresiasi dari lingkungan yang ada. Sebagaimana yang disampaikan oleh Deni Permana S.Sos yaitu :

“Jadi kami sebagai pemerintah juga agak sulit menangani beberapa masyarakat yang tidak memiliki akses media elektronik seperti halnya televisi, radio, dan handphone sehingga terjadinya pembukaman informasi pada wilayah masyarakat yang tidak memiliki akses media elektronik”

Memilih media dalam rangkaian aktivitas *media relations* ini juga dapat menimbulkan pemberitaan yang muncul akan sepenuhnya positif atau malah menjadi serangan balik dengan munculnya pemberitaan negatif yang akan menjatuhkan. Dalam konsep *media relations* terdapat cukup banyak poin aktivitas yang dapat dilakukan seperti konferensi pers, perjalanan media, pertemuan informal, wawancara, pemetaan media, dan juga riset media massa. Namun pada praktiknya mungkin saja terjadi perpaduan di antara aktivitas tersebut ataupun adanya kiat khusus lain yang dilakukan oleh Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota untuk dapat merealisasikan *media relations* yang baik harus membuat program kegiatan yang membuat pemerintah terlibat kontak langsung dengan publiknya sehingga menciptakan hubungan yang baik (merakyat) dengan masyarakatnya. Memanfaatkan seluruh media massa yang ada di kalangan masyarakat sangat penting dalam menyampaikan informasi dari pemerintah sehingga masyarakat dapat mengetahui lebih luas kegiatan apa saja yang dilakukan pemerintah sehingga menciptakan *image* keterbukaan antara masyarakat dengan pemerintah. Selain itu,

Diskominfo Kab. Lima Puluh Kota juga harus menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan pemilik media massa untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Pengaruh media massa dalam pelayanan informasi publik sangat besar karena dalam kehidupan masyarakat modern, mereka banyak mendapatkan informasi dari media massa. Sehingga dengan adanya media maka dapat mempermudah masyarakatm memperoleh informasi. Tujuan *media relations* di Diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota pun tercapai. Dengan adanya media mampu memberikan informasi maupun pelayanan publik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai strategi *media relations* yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Lima Puluh Kota dalam pelayanan informasi terkait dengan strategi *media relations* yang dilakukan adalah mengelola relasi dengan menjalin kerjasama dengan media cetak maupun media elektronik seperti radio Harau, radio safasindo, denai tv, kompas, rri Bukittinggi serta menjalin hubungan baik dengan media dari manapun yang di implementasikan melalui bentuk-bentuk strategi *media relations* yaitu *press conference, press tour, press release, media visit, press gathering*. diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota telah melakukan komunikasi dengan baik dengan wartawan yang bekerjasama dengan pemda kabupaten Lima Puluh Kota. Strategi *media relations* yang kedua adalah mengembangkan strategi dengan bekerjasama dengan daerah lain dengan meningkatkan kesejahteraan rakyat dalam mengembangkan konsep pelayanan publik, serta optimalisasi pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam strategi *media relations* yang ketiga yaitu mengembangkan jaringan yaitu diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota tidak hanya menjalin kerjasama dengan media lokal saja namun juga media skala nasional seperti kompas dan rri Bukittinggi. Dengan begitu diketahui bahwa masing-masing peran sudah menjalankan fungsinya dengan baik sehingga tujuan dari kedua belah pihak dapat tercapai.

B. Saran

Agar penelitian kedepannya menjadi maksimal, peneliti memiliki beberapa saran. Saran yang ingin peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota sebaiknya memberikan pendidikan ilmu jurnalistik kepada staff agar mengerti tentang aktivitas media relations.
2. Hendaknya diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota dapat membuat strategi dan kegiatan khusus bersama wartawan agar menunjang dan tetap dapat menjalin hubungan yang lebih erat dengan wartawan.
3. Diharapkan diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota dapat berbenah dan mempercepat dalam mempublikasikan suatu kegiatan atau berita kepada wartawan agar tidak terjadi lagi misscommunication antara pihak diskominfo kabupaten Lima Puluh Kota dengan pihak wartawan.

Dan diharapkan juga penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai *media relations*, atau penelitian selanjutnya bisa lebih kepada level komunikasi organisasi yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul. (2011), *Media Komunikasi*, (Skripsi). Medan: Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara .<https://Core.AcUk/Download/Pdf/84459577>. Pdf Diakses 29 Maret 22: 58.
- Anneke. (2016), *Strategi Media Relations Hotel Grand Darmosuite Surabaya Dalam Mengelola Publisitas Di Media Massa*. Jurnal E-Komunikasi Vol 4. No.1 Tahun 2016.
- Andjani. (2010), *Media Relations Sebagai Upaya Pembentuk Reputasi Organisasi*. Jurnal Sultan Agung Vol Xlv No. 119 September - Nopember 2010.
- Arni, M. (2015). *Komunikasi Organisasi*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Budio. (2019), *Strategi Manajemen Sekolah*. Jurnal Menata Volume 2, No. 2, Juli-Desember 2019
- Destu.(2017). *Pengaruh Penggunaan Internet terhadap Tingkat PengetahuanKesehatan Reproduksi pada Remaja di Kabupaten Bantul*. Formil (Forum Ilmiah) Kesmas Respati, Volume 2, Nomor 1, April 2017.
- Hardiansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik*, Yogyakarta : Gava Media.
- Husnul. (2018). *Posisi dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat*. Tasâmuh Volume 16, No. 1, Desember 2018.
- Iriantara, Yosol. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*.Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Janthy.(2020), *Strategi Pertumbuhan Wilayah di Kabupaten Lima Puluh Kota, Provinsi Sumatera Barat*. Jurnal Teknik, Volume 21, Nomor 2, Desember 2020 (27-37).
- Kasmuri, Dkk. (2017). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi IAIN Batusangkar*, Batusangkar: IAIN Batusangkar Press.
- Khalilurahman. (2018), *Pengaruh Media Massa dalam Kebijakan Pendidikan*. Jurnal Pendidikan Agama Islam Vol. 1, No. 1, November 2018
- Leadya.(2018), *Perilaku Penggunaan Media Massa Pada Masyarakat Perdesaan*. Jurnal Riset Komunikasi Volume 1 Nomor 2 Agustus 2018.

- Nursapia. (2020), *Penelitian Kualitatif*, Medan : Wal Ashri Publishing.
- Risda.(2018), *Strategi Desiminasi Dinas Komunikasi dan Informatika(Diskominfo) dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi kepada Masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur*: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11418/1/>. Diakses 21 Februari 15: 12
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, Bandung: Alfabeda.
- Sumantri.(2015) , *Media Relations Di Media Massa (Analisis Deskriptif Kualitatif Terhadap Kegiatan Media Relations Tvri Yogyakarta Dan Jogja Tv)*. Jurnal Komunikasi Vol.09/ N0.02/Oktober 2016.
- Surahman. (2016), *Metode Penelitian*, Jakarta: Kemenetrian Kesehatan RI.
- Thorig, R. (2019). Pengelolajan Komunikasi Publik. Jurnal Good Governance Volume 15 No. 1 Maret 2019.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitan Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* , Jakarta : Kencana.
- Yoserizal. (2018), *Media Massa Dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak Dan Jurnalistik*. Jurnal Pengembangan Masyarakat Volume 5, No. 5, Tahun 2018.
- Try. (2013), *Strategi Media Relations Pt. Dirgantara Indonesia* (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi *Media Relations* Dalam Usaha Meningkatkan Citra PT. Dirgantara Indonesia Persero Pasca Krisis). Jurnal Komunikasi Vol.23/ N0.02/Agustus 2013.
- Wulan. (2015), *Public Relations & Media Relations (Kritik Budaya Amplop Pada Media Relations Institusi Pendidikan di Yogyakarta*. Jurnal Komunikasi. . Vol 7, No. 1, Juli 2015.

DOKUMENTASI WAWANCARA



WAWANCARA LAYANAN MEDIA DAN KEHUMASAN



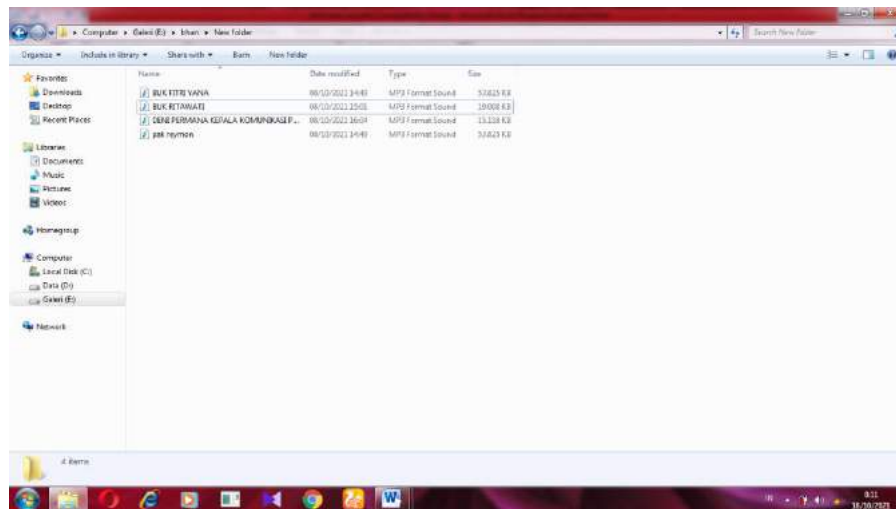
WAWANARA DENGAN MONITORING OPINI DAN ASPIRASI PUBLIK



WAWANCARA DENGAN KEPALA BIDANG KOMUNIKASI PUBLIK



WAWANCARA PENGOLAAN MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK



**REKAMAN WAWANCARA
MEDIA YANG BERKERJASAMA
KERJASAMA KOMINFO DENGAN RADIO HARAU**



KERJASAMA KOMINFO DENGAN RADIO SAFASINDO



KERJASAMA KOMINFO DENGAN DENAI TV



AKUN MEDIA SOSIAL KOMINFO INSTAGRAM



WEB KOMINFO



Kerjasama Kominfo dengan Rri Bukittinggi

Kerjasama Kominfo Dengan Wartawan Loka



21 suka

limapuluhkotakab_oke Lima Puluh Kota, Diskominfo - Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Lima Puluh menerima kunjungan silaturahmi LPP RRI Bukittinggi yang disambut langsung oleh Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Lima Puluh Kota diruang kepala dinas. Rabu(16/6/2021)



Disukai oleh **limapuluhkota_kita** dan **21 lainnya**
limapuluhkotakab_oke Lima Puluh Kota, Diskominfo -
Bupati Limapuluh Kota Safaruddin Dt.Bandaro Rajo
Saat melakukan silaturahmi bersama puluhan awak
media di Balai Wartawan Luak Limopuluah, Jumat,
(19/3/2021)

1