

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Komunikasi massa

Komunikasi adalah salah satu unsur yang utama dalam segala aktifitas kehidupan kita, baik secara pribadi maupun kelompok. Setiap perubahan penting yang terjadi pada komunikasi memiliki dampak pengaruh dan implikasi pada seluruh kehidupan manusia dan masyarakat, tidak terkecuali pada pranata dan lembaganya. (Rohim, 2009).

Proses komunikasi dapat dilakukan secara langsung maupun melalui saluran atau media. Dengan melalui bantuan dari media setiap individu atau Lembaga dapat menyampaikan pesan dengan mudah tanpa mengenal ruang dan waktunya. Kemudian konsep komunikasi massa mengandung pengertian suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas dan pada sisi lain dimana pesan atau informasi tersebut sedang dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh khalayak atau *audience*. Komunikasi massa juga didefinisikan sebagai penggunaan teknologi yang dapat mendesiminasikan pesan-pesan secara luas, sangat beragam, tersebar luas, kepada para penerima pesan. (Rohim, 2009)

2. Media Relations

Menurut Barbara Averril dalam public relations politik (Gun Gun Heryanto, 2012) Media Relations sama halnya dengan publisitas yang merupakan salah satu bagian dari public relations, namun bisa menjadi bagian perangkat yang unik dan efisien. Sedangkan Lesly dalam buku yang sama juga menjelaskan bahwa media relations berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap komunikasi. Media relations juga sebagai kegiatan jurnalistik PR dalam menjalankan fungsinya untuk mencapai tujuan tertentu. (Hidayat, 2014). Pemikiran yang disampaikan oleh Dasrun Hidayat dalam MEDIA PUBLIC RELATIONS yang ditulisnya didasari oleh pemikiran bahwa praktisnya seorang pelaku Public relations (PR) harus memiliki skill dalam menulis atau *ability to writing* selain harus memiliki kemampuan dalam untuk berkomunikasi atau *ability to communicate*, oleh karenanya sangat relevan apabila media relations diartikan sebagai kegiatan jurnalistik public relations dalam membangun maupun menjaga hubungan dengan media massa. Hal ini dengan dengan tujuan guna mempermudah pelaksanaan fungsi public relations dalam menyampaikan informasi kepada publiknya.

Media relations atau hubungan media pasti memiliki tujuan. Tujuan humas atau public relations juga menjadi tujuan dari hubungan media, tujuan hubungan media tidak sekedar memberikan informasi semata, tetapi menciptakan citra positif bagi organisasi atau Lembaga yang

bersangkutan. Sebagai tolak ukur semakin baik hubungan yang dilakukan dengan media maka semakin baik pula citra organisasi atau Lembaga yang tersebut dan begitu sebaliknya. (Nurudin, 20004)

Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari hubungan media adalah usaha seorang public relations untuk mendapatkan pandangan positif dari khalayak melalui peran media massa dalam menyebarkan atau mempublikasi informasi dari setiap event atau rencana program Lembaga atau organisasinya. Maka untuk mendapatkan pandangan yang positif atau citra baik di masyarakat, sebuah Lembaga perlu menjaga hubungan yang dengan media relations agar kestabilan pemberitaan media massa selalu terkontrol.

a. Fungsi media massa secara Universal

Secara universal media massa memiliki fungsi sebagai berikut: (Wardhani, 2008)

- 1) Fungsi menyiarkan informasi (*to Inform*) yaitu penyampaian informasi yang berkaitan dengan peristiwa, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain atau special event.
- 2) Fungsi mendidik (*to educate*) yaitu mendidik dengan memberikan atau menyampaikan pengetahuan dalam bentuk tajuk , artikel, laporan khusus atau cerita yang memiliki misi Pendidikan.

- 3) Fungsi menghibur (*to entertain*) yaitu memberikan pesan yang bisa menghilangkan ketegangan pikiran masyarakat dalam bentuk berita, cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, sinetron, drama, music, tari dan lainnya.
- 4) Fungsi mempengaruhi (*to influence*) yaitu fungsi untuk mempengaruhi pendapat, pikiran dan bahkan perilaku masyarakat inilah yang merupakan hal paling penting dalam kehidupan masyarakat.
- 5) Fungsi sosialisasi yaitu pewaris suatu nilai-nilai, norma, budaya, juga membuat khalayak memahami fungsi sosialnya sehingga mampu bertindak dan berilaku sebagai anggota masyarakat yang efektif.

b. Peranan media sebagai fungsi publisitas

Pelaksanaan tugas dari seorang PR dalam melakukan publikasi tidak bisa terlepas dari peran media agar proses publikasi yang dilakukan bisa sesuai dengan tujuan PR atau organisasi tersebut. Menurut Lesly publisitas memiliki makna proses penyebaran pesan yang sudah direncanakan dan dilakukann guna mencapai tujuan dengan melalui media tertentu untuk kepentingan tertentu pada media (dalam Efendy, 2009).

Publisitas juga didefinisikan sebagai berikut : (Kriyantono, 2008)

- 1) Segala informasi atau tindakan yang membawa individu menjadi dikenal publik
- 2) *The activity of the company of reporting its own business news* (kegiatan perusahaan atau organisasi untuk melaporkan berita mengenai bisnisnya.
- 3) Segala bentuk tindakan yang dilakukan untuk mengenalkan perusahaan atau produknya kepada publik melalui media massa.
- 4) Otis Baskin mendefinisikan publisitas adalah aktifitas publikasi berita tentang organisasi atau individu dimana untuk itu tidak perlu membayar waktu atau space.

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa publisitas merupakan aktifitas penyebaran informasi tentang organisasi atau individu agar dikenal khalayak dan siarkan melalui media massa

3. Strategi Public Relations

Salah satu bagian utama dari public relations menjaga komunikasi dan relasi. Strategi public relations dalam hal ini merupakan upaya untuk membina dan menjaga hubungan dengan media atau media relations agar tetap baik dan stabil. Untuk mengidentifikasi hal apa saja yang perlu dilakukan oleh seorang public

relations dalam menjaga hubungan baik dengan media massa, Frank Jefkins dalam *Media Public Relations* menyebutkan ada beberapa prinsip umum untuk membina media relations yang baik. (Hidayat, 2014)

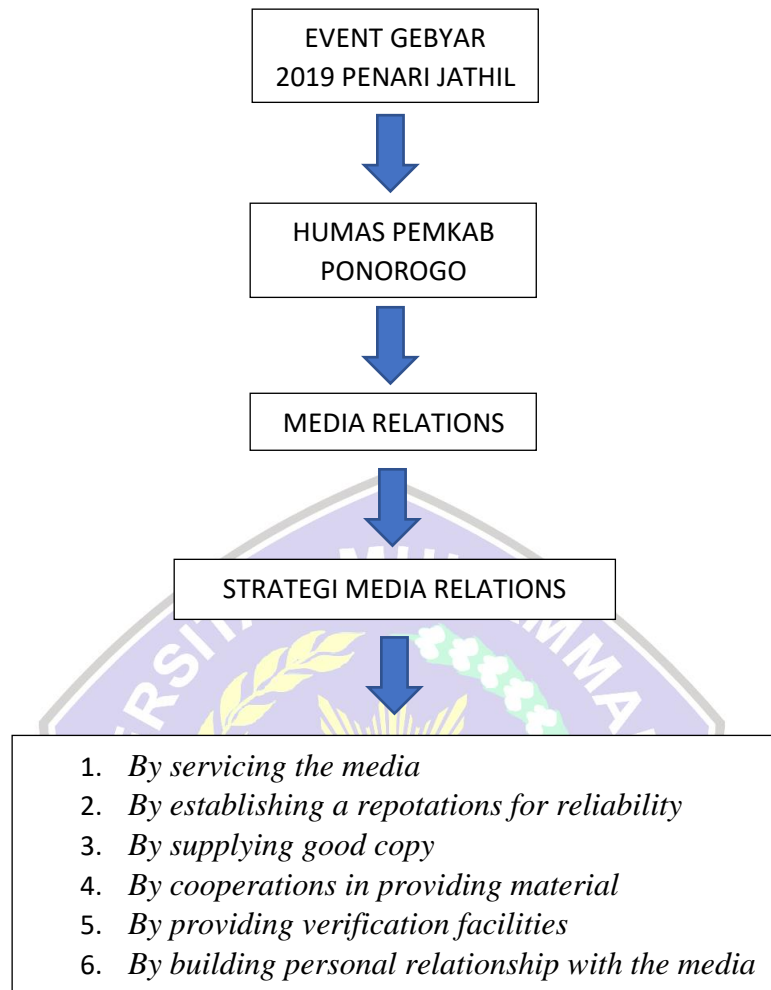
- a. *By servicing the media* yaitu dengan memberikan pelayanan kepada media, dengan kata lain humas harus bisa menciptakan kerjasama dengan media yang saling menguntungkan timbal balik diantara pihak Lembaga maupun media
- b. *By establishing a repotations for reliability* yakni menegakkan repitasi agar dapat dipercaya. Media selalu membutuhkan sumber data yang kuat dan akurat dimana dan kapanpun itu dbutuhkan, sehingga hal ini menjadi salah satu jalan bagi PR untuk memberikan bekerjasama dengan media untuk mendapatkan informasi yang terbaik.
- c. *By supplying good copy* yaitu dengan memberikan naskah informasi yang baik, menarik perhatian, pembuatan tek/gambar yang baik kepada media, baik itu juga dalam memberikan atau mengirimkan news release sehingga media massa hanya cukup sedikit melakukan revisi dari naskah yang sudah dikirimkan oleh praktisi public relations Lembaga tersebut.
- d. *By cooperations in providing material* yaitu melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi.

- e. *By providing verification facilities* yaitu dengan menyediakan fasilitas yang memadai dengan apa yang dibutuhkan pihak media pada saat menggali informasi atau berita.
- f. *By building personal relationship with the media* atau dengan membangun hubungan secara personal yang baik dengan media. Hal ini perlu dilakukan untuk menciptakan rasa ketrbukaan diantara masing-masing pihak.

Profesi public relations semestinya dipegang oleh seorang yang penij dengan gagasan atau ide-ide, mampu memecahkan problem yang dihadapi, mampu menyusun rencana orisinal dan dapat mengembangkan imajinasi untuk melahirkan kreativitas-kreativitas kerjanya. (Soemirat, 2002)

Dari pendapat soemirat tentang karakter yang seorang PR dan prinsip pembinaan media relations tersebut dapat kita simpulkan bahwa untuk terciptanya *good publicity* atau publikasi yang baik jika seorang PR memiliki pemikiran yang kreatif dan terus berkembang serta mampu menjaga hubungan yang baik atau menjalin relasi yang baik dengan berbagai stakeholder.

B. Kerangka Pikir



Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi media relation yang diterapkan Humas Pemkab Ponorogo dalam melakukan publikasi event gelar 2019 penari jathil. Untuk mempermudah arah pemikiran dan penyusunan penelitian ini penulis membuat kerangka pikir. Yang menjadi landasan pada penelitian ini adalah teori strategi membangun media relations yang baik. Teori ini sering diterapkan dalam membina hubungan yang baik dengan media. Teori tersebut adalah sebagaimana

yang dikemukakan oleh Jefkin yaitu dalam membina hubungan yang baik dengan media ada beberapa prinsip umum. Prinsip tersebut antara lain :

1. *By servicing the media* (Memberikan Pelayanan kepada media).
2. *By establishing a reputations for reliability* (menegakkan reputasi agar dapat dipercaya).
3. *By supplying good copy* (memberikan naskah informasi yang baik).
4. *By cooperations in providing material* (melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi).
5. *By providing verification facilities* (menyediakan fasilitas yang memadai)
6. *By building personal relationship with the media* (membangun hubungan secara personal dengan media).

Hubungan teori tersebut dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi media relations yang dilakukan Humas Pemkab Ponorogo dalam membina hubungan baik dengan media dalam melakukan publikasi event gebyar 2019 penari jatil yang diselenggarakan pemerintah kabupaten ponorogo tersebut, dan apakah sudah sepenuhnya kelima poin dari teori tersebut sudah diterapkan dengan baik sehingga event tersebut dapat dikatakan sukses atau tidak juga dipengaruhi oleh publikasi yang dilakukan oleh Humas Pemkab tersebut.