

Analisis media relations dinas Kominfo kabupaten Ponorogo (studi tentang kesesuaian isi press release pemberitaan Covid-19 di Ponorogo pada media massa)

by Ayub Dwi Anggoro

Submission date: 28-Jun-2022 01:23PM (UTC+0700)

Submission ID: 1864048144

File name: 1a.pdf (246.32K)

Word count: 2367

Character count: 14660

Analisis media relations dinas Kominfo kabupaten Ponorogo (studi tentang kesesuaian isi press release pemberitaan Covid-19 di Ponorogo pada media massa)

Rama Agusti^{a,1,*}, Ayub Dwi Anggoro^{b,2}

^a Universitas Muhammadiyah Ponorogo

¹ ramaagust7@gmail.com*; ² ayubdwianggoro86@gmail.com

* corresponding author

ABSTRACT

3
Article history
Received 13-01-2021
Revised 21-01-2021
Accepted 05-02-2021

Keywords
Diskominfo Ponorogo
Press release
Media massa

Dinas Kominfo Ponorogo merupakan bagian dari pemerintahan yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada publik. Dengan adanya krisis pandemi covid-19 ini maka media relations perlu digunakan oleh Diskominfo Ponorogo sebagai salah satu upaya dalam memberikan informasi serta ketenangan pada masyarakat penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kesesuaian isi antara press release yang digunakan Diskominfo Ponorogo terkait media relations dengan pemberitaan media massa (Jatimnow dan Solopos) terkait kasus Covid-19 fokus pemberitaan kasus Pondok pesantren Gontor Dua. Maka metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan dua teori yaitu media relations dan analisis akurasi dan nilai berita. Temuan menyatakan jika isi penulisan press release dan isi dalam berita memiliki persamaan dalam konteks isi informasi akan tetapi terdapat perbedaan dalam aktualisasi press release dan berita.

3
This is an open access article under the CC-BY-SA license.



1. Introduction

Dalam hal ini humas harus dapat berperan aktif dalam mengkondisikan release yang dikelola oleh humas Dinas Kominfo Ponorogo, yang akan di sebarakan maupun dicetak di koran, televisi, radio dan media sosial yang dimiliki oleh Dinas Kominfo Ponorogo (Zhao, Chen, & Zhao, 2020). Humas merupakan bidang dan pekerjaan yang fokus dalam menyelesaikan masalah dalam komunikasi, konsep, citra dan pengelola pemberitaan yang nantinya akan beredar di masyarakat dalam bentuk release maupun siaran yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Ponorogo sebagai informasi yang dapat di percaya oleh khalayak umum. Humas merupakan salah satu bentuk bidang penunjang yang perlu dimiliki oleh berbagai organisasi guna untuk menjaga nama baik, citra, dan tata kelola informasi yang akan dikeluarkan oleh organisasi maupun perusahaan yang digunakan sebagai alat pengontrol perusahaan baik dalam menjaga maupun mendapatkan respon positif dari khalayak. Seperti yang kita ketahui humas memerlukan bentuk pekerjaan yang perlu tingkat fleksibel tetapi juga kuat dalam menyampaikan maupun memberikan tanggapan dari berbagai bentuk kepentingan yang beredar di masyarakat (Zinaida, Sunarto, & Sunuantari, 2020).

Pada media relations yang di pilih oleh peneliti adalah Jatimnow.com dan Solopos.com yang mana pada kedua media ini di pilih oleh peneliti dikarenakan pada kedua media tersebut dimana mereka aktif membahas mengenai pemberitaan di Ponorogo dan juga mereka bukanlah media untuk daerah ponorogo tapi media luar yang memiliki daerah tersendiri dalam pemberitaan akan tetapi mereka tetap meliput dan meberitakan mengenai keadaan di Ponorogo (Putra & Smolek, 2020). Pada media tersebut diambil oleh peneliti sebagai bahan perbandingan karena mempunyai kemungkinan yang lumayan besar untuk menemukan berita yang sama dengan pemberitaan pada press release yang dikelola oleh Diskominfo Ponorogo maka dengan demikian dengan pertimbangan berikut peneliti menggunkan kedua media tersebut untuk dianalisis berdasarkan informasi maupun pokok pembahasan yang sama dan kemudian peneliti mencoba menganalisis mengenai banyak hal pada berita tersebut (Zhao et al., 2020).

Maka penting bagi peneliti mengetahui bagaimana proses berjalanya informasi di masyarakat melalui pemberitaan di media sosial website dan juga bagaimana jika di lihat juga dalam perspektif Public Relations dalam memberikan release yang kuat hingga dapat menutup informasi yang kurang memenuhi kriteria dalam isi berita maupun syarat lainnya agar dapat dijadikan pedoman yang kuat dan dapat dipercaya masyarakat dalam krisis Covid-19. Dengan mengetahui bagaimana media relations yang digunakan oleh Dinas Kominfo Ponorogo, bagaimana akurasi berita dan nilai berita dalam media, juga bagaimana kesesuaian isi press release pada pemberitaan. Dengan manfaat untuk informasi.

2. Theoretical Framework

1) Akurasi Berita

Mondry mengatakan bahwa berbagai unsur berita yang terkait dengan nilai berita akan terlihat dalam berita, selain itu unsur-unsur lain yang tidak terlihat dalam sebuah berita tetapi dapat dirasakan antara lain adalah akurasi (kecermatan). Suatu berita harus ditulis dengan cermat, baik data, seperti angka dan nama maupun pernyataan. Karenanya seorang jurnalis perlu melakukan cek dan ricek atau melakukan konfirmasi sebelum menulis berita. Juga harus jeli supaya penulisan deskripsi berita bisa baik juga (Handiyani & Hermawan, 2017).

2) Nilai Berita

Nilai berita merupakan ungkapan yang rumit untuk dijabarkan karena hal ini merupakan berbagai hal yang tidak mudah untuk di konsepsikan dengan standar, yang nilainya tidak mudah untuk dikongkretkan. Nilai berita juga merupakan aspek yang rumit jika di angkut dengan merancang konsep berita (Maha Rani, 2013).

Nilai berita dijelaskan sebagai berikut :

a. Aktualitas (Timeliness), berlaku kepada semua surat kabar, semakin aktual suatu peristiwa maka semakin baru berita yang terjadi.

b. Kedekatan (Proximity), dimana kejadian tersebut mengandung unsur kedekatan dengan pengonsumsi berita, maka minat bagi pembaca akan semakin naik. Hal ini tidak selalu pasti dalam pengertian dalam berita atau kejadian fisik, akan tetapi juga lebih condong kedalam kedekatan emosi (Hawali & Cyrielle, 2020).

c. Keterkenalan (Prominence), dimana suatu kasus merupakan hal yang menyangkut dengan tokoh ternama yang menjadi bahan pandangan publik. Nama yang terkenal tidak selalu diartikan dengan tokoh terkenal akan tetapi tempat, acara, musim dan sebagainya dimana semua hal ini dikenali oleh banyak orang maka ini namanya terkenal dan eksis (Luhuringbudi, Syamsuddin, & Hakim, 2019).

d. Dampak (Consequence), dimana dal hal ini berita merupakan hal penting dalam mengukur luasnya dampak yang terjadi, dimana dapat berdampak pada manusia maupun lembaga bahkan dunia (Akhyani, 2020).

e. Human Interest, dalam hal ini terdapat bagian menarik, dimana hal menarik ini dapat membuat empati, simpati atau melontarkan perasaan yang membaca berita (Cohen & Benvenga, 2019).

3) Media Relations

Media massa berfungsi untuk memberikan kebutuhan informasi kepada publik yang mana informasi tersebut adalah suatu hal yang penting dan perlu untuk diketahui oleh masyarakat luas (Hawali & Cyrielle, 2020). Dimana informasi maupun berita harus memiliki beberapa ide maupun gagasan yang tetap fokus kepada fakta yang ada dengan proses penyebaran informasi melalui berbagai media massa diantaranya radio, media online, surat kabar, televisi dan sebagainya yang berfungsi untuk penyaluran informasi. Groh (2012) Media adalah saluran komunikasi yang dipergunakan untuk menyebarluaskan pesan sehingga pesan mampu menjangkau komunikan dalam jumlah yang lebih besar, tidak terbatas pada ruang dan waktu. Media relations atau press relations (hubungan pers) adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi PR dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak. (Fajri, 2020).

3. Method

Dalam judul analisis media relations dinas kominfo ponorogo (studi tentang kesesuaian press release dengan pemberitaan di media massa) (Paramitha, 2020). Penelitian ini dilaksanakan dengan cara menganalisis press release kemudian di analisis berdasarkan teori. yang dikaitkan dengan teori penulisan release, mengenai pemberitaan covid-19 apa saja pada release di media massa Dinas Kominfo Ponorogo. Tempat dan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2020 untuk tempat penelitian diadakan di Ponorogo tepatnya di Dinas Kominfo Ponorogo (Faradies, 2020). Penelitian ini bersifat kualitatif penelitian ini memiliki sifat induktif dimana membiarkan suatu masalah muncul dari berbagai sumber, dari data yang dikumpulkan dengan berbagai cara, yang termasuk deskripsi dalam hal yang lebih detail, disertai catatan juga wawancara, serta analisis dokumen hingga caatan.

Analisis isi dimana dalam analisis content pemakainam dokumen sebagai analisis isi dokumen yaitu berlaku untuk memeriksa bentuk komunikasi terdokumen secara sistematis dengan obyektif. Eriyanto (2011), Dokumen, terbagi diantaranya ada dua poin yaitu inter diataranya : instruksi, pengumuman maupun memo maupun hasil rapat. Sedangkan untuk eksternal diataranya : buletin, majalah, media massa, berita, maupun pemberitahuan. Studi teks pada dasarnya analisis pada sumber teks, yang dimaksudkan tidak hanya narasi tertulis dari majalah berit ataupun koran apapun hal yang dapat ditafsirkan diposisikan sebagai teks (Moleong, 2006).

Dimana menganalisis penelitian ini berfokus pada kajian analisis isi. Sebagai suatu teknik dalam penelitian dalam bentuk sistematis, obyektif dimana kajian isi menggunakan metodologi yang menggunakan prosedur berdasarkan keabsahan buku dan dokumen dalam analisis isi (Moleong, 2006). Hal yang tampak relatif dalam uji validitas, dapat disimpulkan dengan nilai dalam kaitan juga tujuan lingkungan peneliti itu sendiri, dengan persoalan tidak hanya metode maupun kesimpulan yang berada di luar konteks (Groh, 2012).

4. Results and Discussion

1) Analisis Berita *Jatimnow.com* dan *Solopos*.

Analisis berdasarkan kedua media. Berdasarkan teori akurasi berita menggunakan 5 point akurasi berita pada unit kategori akurasi berita diantaranya :

a) Cek dan ricek (mengecek dan melakukan ricek kembali kepada sumber berita). Telah memenuhi kriteria dimana sumber berita sama dengan press release yang dikelola oleh Diskominfo Ponorogo.

b) Kesalahan penulisan pada data, tanggal, nama nara sumber, alamat dan sebagainya. Berdasarkan analisis diatas menandakan jika tidak terdapat kesalahan pada penulisan baik dalam tanggal, nama, alamat berdasarkan press release yang dikelola oleh Dinas Kominfo Ponorogo.

c) Sumber berita yang relevan (sumber berita yang cocok dan pas dengan peristiwa yang sedang terjadi). Dimana sumber berita ini dapat dinyatakan akurat berdasarkan nama reporter yang menulis berita berada pada laman resmi *jatimnow.com* juga isi berita sesuai dengan yang berada pada press release yang dikelola oleh Diskominfo Ponorogo.

d) Akurasi judul dengan isi (judul dan isi saling berhubungan). Berdasarkan akurasi judul dengan isis pada berita dapat dinyatakan akurat dimana isi dan judul memang berisikan informasi dan data mengenai 10 pasien yang reaktif pada covid-19.

e) Akurasi antara foto dengan isi (foto atau gambar yang disajikan berhubungan dan mendukung isi berita). Berdasarkan akurasi foto dengan isi berita dapat dikatakan tidak ada kaitannya gambar dengan foto. Berdasarkan foto yang di publik bersamaan dengan berita dapat ditarik kesimpulan jika foto disamping terdapat di salah satu tempat pemerintahan karena terdapat simbol pemerintahan di foto pada berita juga terdapat bapak Bupati yang nampak sedang menghadap ke banyak orang seperti sedang melakukan jumpa pers.

2) Nilai Berita

Nilai berita merupakan ungkapan yang rumit untuk dijabarkan karena hal ini merupakan berbagai hal yang tidak mudah untuk dikonsepskan dengan standar, yang nilainya tidak mudah untuk dikongkretkan. Nilai berita juga merupakan aspek yang rumit jika diasangkutan dengan merancang konsep berita. .

Pada poin ini dimana peneliti ingin mengetahui tingkat kesesuaian antara press release dengan berita di media massa yang mana akankah sumber dari berita yang diberitakan media sesuai dengan isis yang bersumber dari sumber utama atau dari press release yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Ponorogo.

5. Conclusion

Nilai berita pada kedua berita hasil dari analisis berdasarkan beberapa poin dalam nilai berita dapat disimpulkan jika. Adanya perbedaan pada bagian poin "Aktualitas (Timeliness), semakin aktual suatu peristiwa maka semakin baru berita yang terjadi. ". Dimana dalam poin ini terdapat perbedaan yang signifikan yaitu perbedaan pada waktu publikasi informasi berita dimana pada berita seharusnya informasi pada berita harus aktual dan akurat dimana tingkat kecepatan pada berita juga menjadi salah satu faktor utama dalam penyebaran informasi. Persamaan press release dengan berita *Jatimnow.com* dan *Solopos.com* diantaranya :

a. Terkait mengenai isi informasi pada press release dan kedua berita tersebut sama – sama membahas mengenai penambahan pasien covid-19 sejumlah 10 pasien.

b. Dimana press release dan kedua berita juga menjelaskan secara singkat identitas 10 pasien yang hasil test rapid dinyatakan reaktif terhadap covid-19.

Perbedaan press release dengan kedua berita *Jatimnow.com* dan *Solopos.com* diantaranya :

Rama Agusti (Analisis media Relations Dinas Kominfo Kabupaten Ponorogo

(Studi tentang kesesuaian isi press release pemberitaan Covid-19 di Ponorogo pada media massa))

a. Terkait keseluruhan informasi yang tertera pada press relase berikut dimana juga terdapat kalimat himbuan untuk selalu waspada dan terus mengikuti juga mematuhi protokol kesehatan pada masa pandemi covid-19 khususnya di Ponorogo.

References

- Akhyani, I. (2020). Integrated marketing communication “Gadis modis” sebagai usaha mikro kecil dan menengah dalam meningkatkan loyalitas konsumen. *COMMICAST*, 1(1), 10. <https://doi.org/10.12928/commicast.v1i1.2411>
- Cohen, P., & Benvenga, L. (2019). Subcultural conflict and working-class community. *Studi Culturali*. <https://doi.org/10.1405/94686>
- Eriyanto. (2011). Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya. In *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*.
- Fajri, C. (2020). Teacher’s emphatic communication to improve learning motivation of special needs students. *International Journal of Communication and Society*, 2(1), 41–46. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i1.77>
- Faradies, H. I. (2020). Strategi komunikasi city branding pemerintah kota Pekalongan dalam mempromosikan world’s city of Batik. *COMMICAST*, 1(1), 20. <https://doi.org/10.12928/commicast.v1i1.2413>
- Groh, F. (2012). Research Trends in Media Informatics. *Research Trends in Media Informatics*.
- Handiyani, P., & Hermawan, A. (2017). Kredibilitas Portal Berita Online Dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode 14 Januari- 14 Februari 2016). *Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss1.art4>
- Hawali, B. G. M., & Cyrielle, D. (2020). Review of mass media effect in inter-cultural communication. *International Journal of Communication and Society*, 2(2), 94–101. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i2.153>
- Luhuringbudi, T., Syamsuddin, M. D., & Hakim, S. A. (2019). Activists communication dynamics for mobilization of minority politics in europe. *International Journal of Communication and Society*, 1(2), 43–57. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v1i2.50>
- Maha Rani, N. L. R. (2013). Persepsi Jurnalis dan Praktisi Humas terhadap Nilai Berita. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*. <https://doi.org/10.24002/jik.v10i1.155>
- Moleong, L. (2006). Metodologi penelitian. *Kualitatif Sasial*.
- Paramitha, A. (2020). Komunikasi efektif komunitas rumah baca dalam meningkatkan minat baca pada anak-anak di dusun Kanoman. *COMMICAST*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.12928/commicast.v1i1.2408>
- Putra, F. D., & Smolek, S. (2020). Peace language and conflict resolution in harmony communication. *International Journal of Communication and Society*, 2(2), 86–93. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i2.134>
- Zhao, J., Chen, C., & Zhao, L. (2020). The spread characteristics of music videos relating to COVID-19 in China online video platforms. *International Journal of Communication and Society*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i1.94>

Zinaida, R. S., Sunarto, S., & Sunuantari, M. (2020). City branding of Palembang: understanding cultural identification through logo and tagline. *International Journal of Communication and Society*, 2(1), 30–40. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i1.106>

Rama Agusti (*Analisis media Relations Dinas Kominfo Kabupaten Ponorogo*)

(*Studi tentang kesesuaian isi press release pemberitaan Covid-19 di Ponorogo pada media massa*)

Analisis media relations dinas Kominfo kabupaten Ponorogo (studi tentang kesesuaian isi press release pemberitaan Covid-19 di Ponorogo pada media massa)

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	core.ac.uk Internet Source	6%
2	academic-accelerator.com Internet Source	3%
3	eprints.uad.ac.id Internet Source	3%
4	adoc.tips Internet Source	2%
5	putriayuhr.blogspot.com Internet Source	1%
6	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
7	repository.bsi.ac.id Internet Source	1%
8	www.pekerjadata.com Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On