

STRATEGI *MEDIA RELATIONS* HUMAS PEMERINTAH KOTA BEKASI DALAM UPAYA PENANGANAN WARTAWAN TIDAK RESMI

Tatik Yuniarti dan Winda Primasari

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam "45" Bekasi
Jalan Cut Meutia 83, Bekasi, Jawa Barat
E-mail: tyatiex@gmail.com dan wind.primis@gmail.com

Abstrak

Sehubungan dengan munculnya wartawan tidak resmi di pemerintah kota, *public relations* perlu melakukan upaya untuk mengaktifkan hubungan yang sistematis dan komunikasi yang baik antara pemerintah kota dan pers. Hubungan baik dengan pers dapat dilakukan humas dengan '*media relations*'. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam upaya untuk menciptakan hubungan yang baik antara pemerintah kota dan awak media sehingga terbebas dari kelompok wartawan tidak resmi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan baik yang dibina Humas Pemerintah Kota Bekasi dengan wartawan resmi secara tidak langsung telah menjauhkan gangguan dari wartawan tidak resmi. Kelompok wartawan tidak resmi terbukti tidak berani berbaur dengan wartawan resmi, karena tindakan mereka bertentangan dengan wartawan resmi, seperti meminta uang kepada narasumber, meminta kompensasi dari berita yang dibuat, sampai narasumber yang terancam masalah publikasi negatif.

Kata kunci: *media relations*, hubungan masyarakat, wartawan tidak resmi

Abstract

In connection with the widespread emergence of unofficial reporters in the Local Government, Public Relations need to make efforts to enable the systematic relationships and good communication between the Regional Government and the press. A good relationship with the press can do is public relations 'media relations'. The purpose of this research are to analyze the role of Public Relations Bekasi city government in an effort to create a good relationship between the local government of Bekasi to the crew away from the media so journalists unofficial group of disorders. The method used is descriptive Qualitative data collection techniques of observation and indept interview. The results showed that fostered good relations Bekasi Regional Secretariat of Public Relations with official reporters indirectly has distanced interference from unofficial reporters. Unofficial reporter group proved not dare mingle with official reporters, because their actions contrary to the official reporters, such as asking for money to the informant, asking for compensation from the news that is made, until the resource persons threatened with negative publicity issue.

Keywords: *media relations, public relations, unofficial reporters*

Pendahuluan

Peranan pers sangat penting dalam menyampaikan informasi aktual kepada masyarakat. Keberadaan pers juga dianggap sebagai *watch dog* (anjing penjaga) bagi pemerintah. Melalui pers, segala bentuk kritik dapat disampaikan oleh masyarakat. Sehingga kinerja pemerintah dapat diawasi dan dievaluasi. Namun pada era Orde Baru, pers dikekang oleh kebijakan pemerintah yang melarang adanya pemberitaan yang merugikan pemerintah dan keluarga serta kerabatnya. Hal tersebut terbukti dengan dibredelnya beberapa media yang cukup kritis terhadap kebijakan pemerintah, seperti TEMPO dan GATRA.

Pada era reformasi, pers seakan mendapat angin segar seiring dengan kejatuhan rezim Soeharto pada tahun 1998. Pada era tersebut pers tidak lagi dikekang kebebasannya. Sebaliknya, pers diberikan kebebasan untuk berekspresi dan menyampaikan kritiknya kepada pemerintah dan kebijakan publik lainnya. Hal tersebut seiring dengan pemberlakuan Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers yang menjadi dasar kebangkitan pers di era reformasi.

Kebebasan pers di era reformasi tersebut menumbuhkan semakin banyaknya media massa di Indonesia. Tercatat 2.000 media lahir di Indonesia di awal reformasi. Ketua Komisi I DPR, Theo L. Sambuaga, menyatakan bahwa kebebasan pers berarti tidak ada lagi campur tangan pemerintah dalam dunia pers (<http://berita.liputan6.com>).

Namun tumbuhnya pers tersebut dibarengi dengan munculnya wartawan-wartawan yang tidak profesional. Hal tersebut mengakibatkan menurunnya citra pers yang dinilai sangat terhormat dan bermartabat.

Dalam dunia pers, wartawan yang tidak profesional tersebut kerap dinamakan sebagai 'wartawan gadungan' atau kerap dijuluki wartawan tanpa surat kabar. Kelompok wartawan ini masuk dalam golongan wartawan yang tidak resmi medianya. Keberadaannya sangat meresahkan masyarakat, khususnya

pejabat-pejabat di pemerintah karena wartawan tersebut kerap mendatangi pejabat tertentu dengan membawa berita negatif yang disertai pemerasan. Wartawan yang seperti itu, menurut Wakil Ketua Dewan Pers, Sabam Leo Batubara, bukan merupakan wartawan yang sesungguhnya. Hal itu karena berita yang dibuat tidak dimuat di media yang terbit secara teratur. Leo Batubara menegaskan kepada masyarakat untuk menindak tegas dan berani melawan wartawan gadungan tersebut. Dalam setiap kegiatan di daerah, Dewan Pers selalu berupaya menyakinkan masyarakat dan pemerintah daerah untuk bersama memberangus wartawan gadungan (www.dewanpers.org).

Sehubungan dengan kian maraknya kemunculan kelompok wartawan tidak resmi tersebut, Humas pemerintah kota perlu melakukan upaya-upaya yang sistematis agar terjadi hubungan dan komunikasi yang baik antara pemerintah kota dengan pers yang sebenarnya.

Dalam salah satu kinerja Humas, strategi yang perlu dilakukan adalah melakukan hubungan yang intensif kepada kelompok wartawan yang melakukan peliputan di lingkungan pemerintah kota. Hubungan yang baik dengan wartawan atau pers yang dapat dilakukan oleh humas adalah '*media relations*'.

Media relations pada dasarnya berkenaan dengan pemberian informasi atau memberi tanggapan pada media pemberitaan atas nama organisasi atau klien. (Iriantara, Yosol, 2005:29-30). Pemberian informasi dan tanggapan kepada media tersebut bukan menjadi tujuan utama dari aktivitas *media relations*. Hal itu seperti ditegaskan Wragg berikut ini.

The purpose of press relations is not to issue press releases, or handle enquiries from journalists, or even to generate a massive pile of press cuttings. The true purpose of press relations is to enhance the reputation of an organisation and its products, and to influence and inform the target audience (Theaker. Alison, 2004: 148).

Berdasarkan pengertian di atas, menunjukkan bahwa kegiatan *media relations* bertujuan untuk membentuk reputasi suatu organisasi dan atau produk-produk yang dihasilkan. Membuat siaran pers untuk wartawan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh humas dalam mencapai tujuan yang sebenarnya yakni memberikan informasi dan memengaruhi target audiens. Hal ini akan tercipta apabila terjadi sinergi yang baik antara humas dengan wartawan.

Kota Bekasi merupakan daerah penyangga di wilayah timur Jakarta yang sangat padat aktivitasnya. Hal itu menuntut pemerintah kota setempat melakukan upaya-upaya agar program-program kerja yang dijalankan dapat dilaksanakan sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat. Dalam rangka mewujudkan hal tersebut, media memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung kesuksesan setiap program yang akan dijalankan. Melalui media, banyak opini berkembang di masyarakat yang kerap menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah. Untuk itulah diperlukan manajemen yang baik dalam mengelola pers, sehingga antara pemerintah dan media bisa saling bekerja sama. Pemerintah kota di satu sisi juga harus siap dengan kritikan yang dilakukan oleh pers karena sebagai pilar demokrasi keempat, pers menjadi perpanjangan tangan masyarakat mengawasi setiap program yang dilaksanakan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, mengetahui pola komunikasi dan tindakan secara verbal dan nonverbal yang ditunjukkan oleh wartawan gadungan sangat penting. Keberadaan wartawan tersebut sangat merusak citra baik pers di Indonesia maupun pemerintah daerah. Hal tersebut karena tindakan-tindakan yang dilakukan oleh wartawan tersebut sangat bertolak belakang dari isi kode etik yang telah dikeluarkan oleh Dewan Pers.

Untuk itulah dalam penelitian ini penulis perlu melakukan analisis tentang rumusan strategi *media relations* yang seharusnya bisa dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam upaya menangani maraknya kelompok

wartawan tidak resmi. Humas Pemerintah Kota Bekasi dipilih karena di wilayah ini wartawan gadungan semakin banyak dan mengganggu kinerja program pemerintah.

Tinjauan Pustaka

Public Relations (Humas)

Menurut Betrand R. Canfield, *public relations* adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan aturan seseorang atau organisasi demi kepentingan public, dan melaksanakan sesuatu program kegiatan untuk memperoleh pengertian dan penerimaan publik (Ruslan. Rosady, 2003: 19). Sedangkan J. C. Seidel menyatakan *public relations* adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh itikad baik dan pengertian dari langganannya, pegawainya dan publik umumnya; ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan (Abdurrachman, 2008: 12).

Joseph Turow (2009: 626) menyatakan bahwa,

Public relations (PR) is information, activities, and policies by which corporations and other organizations seek to create attitudes favorable to themselves and their work, and to counter adverse attitudes.

Berdasarkan pengertian tersebut, fungsi *public relations* dalam suatu perusahaan atau instansi adalah menciptakan citra atau *image* yang baik. Dalam aktivitasnya, PR melakukan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut, salah satu yang dilakukan adalah apabila ada persepsi yang kurang dari masyarakat terhadap perusahaan atau organisasi, PR berkewajiban untuk meluruskan pandangan tersebut untuk mengembalikan reputasi baiknya.

Fungsi paling dasar humas dalam pemerintahan adalah membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintahan, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta

memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lattimore, 2010). Berarti humas pemerintahan bertugas menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat. Selanjutnya memberikan pelayanan publik yang terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan kepada rakyat atau masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau publik (Lubis, 2012).

Media Relations

Berhubungan dengan media massa adalah salah satu kinerja yang harus dilakukan oleh PR. Hal itu berhubungan dengan kebutuhan publisitas yang mendukung tercapainya citra atau *image* yang positif dari suatu perusahaan atau organisasi. Melalui media massa, informasi akan mudah sampai kepada khalayak karena sifatnya yang serentak. Oleh karena itu, PR dituntut untuk menjaga hubungan baik dengan wartawan agar pemberitaan yang berkaitan dengan perusahaan dimuat dengan sudut pandang positif wartawan. Dalam pengertiannya, *media relations* diartikan berhubungan dengan para wartawan dalam upaya membina hubungan yang baik dengan media siaran, cetak, dan online yang merupakan bagian dari PR eksternal.

Media relations adalah suatu kegiatan khusus dari pihak PR untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk, hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak pers/media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif (Ruslan, 2003: 146). *Media relations* berkenaan dengan media komunikasi yang diperlukan sebagai sarana yang sangat penting dan efisien dalam berkomunikasi dengan publik. *Media relations* dilakukan untuk mempromosikan organisasi melalui media massa. *Media relations* pada dasarnya berkenaan dengan pemberian

informasi atau memberi tanggapan pada media pemberitaan atas nama organisasi atau klien (Iriantara, 2005: 29-30).

Bentuk Kegiatan Media Relations

Dalam hubungannya dengan media massa, James E Grunig dan Todd Hunt (1984) memiliki 4 model baik secara konseptual maupun secara praktis, yakni *Press Agency*, *Public Information*, *Two-way Symmetric*, dan *Two-way Asymmetric*.

Press Agency/model *propaganda* adalah praktik PR dengan melakukan propaganda melalui komunikasi searah bertujuan memberikan publisitas yang menguntungkan, khususnya ketika berhadapan dengan media massa. Walaupun terkadang pemberian informasinya tidak jujur atau mengandung ketidakbenaran sebagai upaya memanipulasi hal negatif atas lembaga atau organisasinya. Ciri lain program ini adalah adanya tindakan persuasif yang terkandung di dalamnya pada saat penyampaian suatu informasi.

Public Information/model informasi publik adalah praktik PR yang bertindak sebagai *journalist in residence*, artinya bertindak sebagai wartawan dalam menyebarkan informasi kepada publik dan mengendalikan berita atau informasinya kepada media massa. Bentuk ini lebih baik dan mengandung lebih banyak kebenaran karena penyebarannya dilakukan melalui *news letter*, brosur, dan surat langsung (*direct mail*).

Two-way Symmetric/model simetris dua arah adalah kegiatan PR yang didasarkan pada penelitian dan menggunakan teknik komunikasi untuk mengelola konflik dan memperbaiki pemahaman publik secara strategik. Model ini lebih dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam hal penyampaian pesan, informasi, komunikasi yang dapat membujuk untuk dapat membangun saling pengertian, pemahaman, dan mempercayai antara kedua belah pihak.

Sedangkan *Two-way Asymmetrical*/model asimetris dua arah adalah tahap di mana PR dalam praktiknya melalui penyampaian

pesannya didasarkan hasil riset dan strategi ilmiah (*scientific strategy*) untuk berupaya membujuk publik agar mau bekerja sama, bersikap, dan berpikir sesuai dengan harapan organisasi (Yulista, 2008: 125).

Dalam upaya membina hubungan pers, maka PR melakukan pelbagai kegiatan yang bersentuhan dengan pers antara lain sebagai berikut (Soemirat, dan Elvinaro Ardianto, 2005: 128-129).

1. Konferensi pers, temu pers atau jumpa pers yaitu diberitakan secara simultan/berbarengan oleh seorang pejabat pemerintahan atau swasta kepada sekelompok wartawan sekaligus. Sebuah konferensi pers akan kehilangan fungsinya bila berita yang disampaikan kurang penting, apalagi jika diliput oleh televisi dan radio.
2. *Press Briefing*, yaitu diselenggarakan secara reguler oleh seorang pejabat PR. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang baru terjadi kepada pers, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan bila wartawan belum puas dan menginginkan keterangan lebih rinci.
3. *Press Tour*, yaitu diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu dan pers diajak menikmati objek wisata yang menarik.
4. *Press release* atau siaran pers
5. Special Event, yaitu peristiwa khusus sebagai kegiatan PR yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera public, seperti peresmian gedung, peringatan ulang tahun perusahaan. Kegiatan ini biasanya mengundang pers untuk meliputnya.
6. *Press Luncheon*, yaitu pejabat PR mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan sehingga pada kesempatan itu pihak pers bisa bertemu dengan top manajemen perusahaan/ lembaga guna mendengarkan

perkembangan perusahaan/ lembaga tersebut.

7. Wawancara pers, yaitu sifatnya lebih pribadi, lebih individual. PR atau top manajemen yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan yang bersangkutan.

Profesionalisme Wartawan

Dalam persepsi diri para wartawan sendiri, istilah "profesional" memiliki tiga arti: pertama, profesional adalah kebalikan dari amatir; kedua, sifat pekerjaan wartawan menuntut pelatihan khusus; ketiga, norma-norma yang mengatur perilakunya dititikberatkan pada kepentingan khalayak pembaca. Selanjutnya, terdapat dua norma yang dapat diidentifikasi, yaitu norma teknis (keharusan menghimpun berita dengan cepat, keterampilan menulis dan menyunting, dsb) dan norma etis (kewajiban kepada pembaca serta nilai-nilai seperti tanggung jawab, sikap tidak memihak, sikap peduli, sikap adil, objektif, dan lain-lain yang semuanya harus tercermin dalam produk penulisannya) (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2009: 115).

Wartawan profesional harus memiliki standar kompetensi wartawan, di mana wartawan harus memiliki kemampuan untuk memahami, menguasai, dan menegakkan profesi jurnalistik atau kewartawanan serta kewenangan untuk menentukan. Standar kompetensi wartawan adalah rumusan kemampuan kerja yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan/keahlian, dan sikap kerja yang relevan dengan pelaksanaan tugas kewartawanan.

Tujuan standar kompetensi wartawan antara lain:

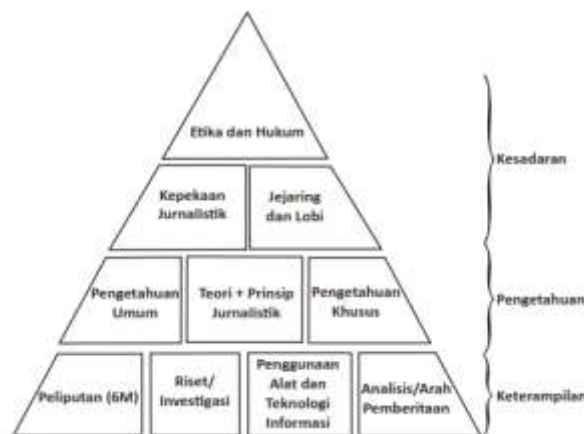
1. Meningkatkan kualitas dan profesionalitas wartawan.
2. Menjadi acuan sistem evaluasi kinerja wartawan oleh perusahaan pers, menegakkan kemerdekaan pers berdasarkan kepentingan publik.

3. Menjaga harkat dan martabat kewartawanan sebagai profesi khusus penghasil karya intelektual.
4. Menghindarkan penyalahgunaan profesi wartawan.
5. Menempatkan wartawan pada kedudukan strategis dalam industri pers.

Menurut Peraturan Dewan Pers Nomor 1/PERATURAN-DP/II/2010 tentang Standar Kompetensi Wartawan, wartawan profesional perlu menguasai tiga kompetensi, yaitu kompetensi kesadaran, kompetensi pengetahuan, dan kompetensi keterampilan. Kesadaran (*awareness*) mencakup kesadaran tentang etika, hukum, kepekaan jurnalistik, serta pentingnya jejaring dan lobi. Pengetahuan (*knowledge*) mencakup teori dan prinsip jurnalistik, pengetahuan umum, dan pengetahuan khusus. Keterampilan (*skills*) mencakup kegiatan 6M (mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi), serta melakukan riset/investigasi, analisis/prediksi, serta menggunakan alat dan teknologi informasi.

Kompetensi wartawan yang dirumuskan ini merupakan hal-hal mendasar yang harus dipahami, dimiliki, dan dikuasai oleh seorang wartawan. Ketiga kompetensi ini menegaskan bahwa profesi wartawan membutuhkan pendidikan dan tanggung jawab, karena peran yang dimainkan pers sangat besar. Pers adalah industri kultural yang menyosialisasikan nilai-nilai di masyarakat.

Dalam profesionalismenya, wartawan harus mentaati aturan yang sudah dicantumkan dalam Kode Etik Jurnalistik yang telah disahkan oleh Dewan Pers. Berikut ini gambaran mengenai standar kompetensi yang harus dipenuhi oleh seorang wartawan.



Gambar 1. Standar Kompetensi Wartawan

(Sumber: Peraturan Dewan Pers Nomor 1/PERATURAN-DP/II/2010 tentang Standar Kompetensi Wartawan, 2010)

Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2007: 69).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

1. *Interview/wawancara*

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data langsung yang dilakukan dengan mengadakan komunikasi langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang relevan terhadap informan. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*depth interiew*).

Wawancara mendalam (*depth interiew*) adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Hasil wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian ini dengan mengombinasikan datanya dengan observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti. Pada wawancara mendalam

ini, peneliti tidak mempunyai kontrol atas respons informan, artinya informan bebas memberikan jawaban (Kriyantono, 2007: 98). Pada penelitian ini, *depth interview* dilakukan peneliti dengan informan yakni Humas Pemerintah Kota Bekasi dan 5 sampel pejabat yang kerap bersinggungan dengan wartawan baik wartawan dari media yang sebenarnya dan dari kelompok wartawan tidak resmi. Informasi dari *key informan* ini merupakan data awal yang akan digunakan oleh peneliti untuk merumuskan langkah apa yang seharusnya dilakukan humas dalam kegiatan *media relations*.

Informasi tersebut dipadukan dengan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan kelompok wartawan yang bertugas meliput di lingkungan Pemerintah Kota Bekasi. Wawancara dengan sampel wartawan yang disebut tidak resmi oleh pejabat ataupun humas pemerintah daerah juga akan dilakukan untuk mengonfirmasi cara dan tindakan yang kerap dilakukannya dalam melakukan pemerasan atau ancaman kepada para pejabat atau petugas humas di lingkungan Pemerintah Kota Bekasi.

2. Observasi

Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena riset. Fenomena ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang diteliti, sehingga keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk yakni interaksi dan percakapan (*conversation*). Artinya selain perilaku nonverbal juga mencakup perilaku verbal dari orang-orang yang diamati (Kriyantono, 2007: 106-107). Pada penelitian ini, observasi yang dilakukan terbagi menjadi dua, yakni observasi secara terbuka (*overt-observation*) dan observasi partisipan. *Overt-observation* adalah jenis observasi di mana peneliti bertindak hanya sebagai *observer* (pengamat). Pada situasi tersebut, peneliti teridentifikasi secara jelas dan selama observasi subjek sadar bahwa

peneliti sedang melakukan observasi. Lebih detail dijelaskan sebagai berikut.

In this situation, the researcher is identified when the study begins, and those under observation are aware that they are being studied. Furthermore, the researcher role is only to observe, refraining from participation in the process under observation.
(Wimmer & Dominick, 2003: 115)

Berkaitan dengan metode tersebut, observasi secara terbuka dilakukan dengan melakukan pengamatan pada kegiatan yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi, yakni konferensi pers dan kegiatan lainnya di mana terdapat interaksi antara humas dan wartawan. Pada kegiatan tersebut, peneliti mengamati dan mencatat aktivitas yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi ketika berhubungan dengan wartawan. Fokus yang diamati adalah sikap, tindakan, dan pelayanan terhadap wartawan.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Metode tersebut digunakan untuk menemukan dokumen maupun data-data pendukung yang berhubungan dengan aktivitas Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam menjalin hubungan dengan wartawan. Dokumen terbagi atas dokumen internal dan dokumen eksternal. Dokumen internal berupa data-data yang digunakan dalam internal perusahaan. Sedangkan dokumen eksternal berisi informasi yang dihasilkan oleh perusahaan untuk disosialisasikan kepada publik dan media massa.

Berkaitan dengan hal tersebut, dokumen yang dipergunakan dalam penelitian ini sebagian besar adalah dokumen eksternal yang bersumber dari Humas Pemerintah Kota Bekasi dan kelompok wartawan dari media yang sebenarnya dan media tidak

resmi. Sementara data-data pendukung yang diperlukan diperoleh dari dokumentasi peneliti ketika melakukan observasi dan penelitian di lapangan. Data-data tersebut antara lain berupa foto-foto dokumentasi aktivitas Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam berhubungan dengan wartawan.

Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisa interaktif (*interactive model of analysis*). Teknik analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga komponen: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*). Reduksi data (*data reduction*) bukan asal membuang data yang tidak diperlukan, melainkan merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti selama analisis data dilakukan dan merupakan langkah yang tak terpisahkan dari analisis data.

Interpretasi data adalah memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian (Kriyantono, 2007:163). Berkaitan dengan tujuan interpretasi data yang telah diuraikan di atas, pada penelitian ini tujuannya untuk mendapatkan deskripsi analitik, yakni mendeskripsikan pola yang diterapkan oleh Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam membina hubungan dengan wartawan.

Hasil dan Pembahasan

Hubungan humas dengan wartawan menjadi sebuah ikatan yang sangat kuat karena antara kedua belah pihak tersebut sama-sama saling membutuhkan. Humas membutuhkan wartawan untuk mempublikasikan setiap kegiatan maupun acara yang diselenggarakan oleh instansinya. Sedangkan wartawan membutuhkan informasi untuk dapat dimuat sebagai berita di media tempatnya bekerja. Kedua belah pihak sama-sama harus menjalin hubungan yang baik agar terjalin keharmonisan dalam menjalankan tugasnya masing-masing. Akan tetapi dalam berhubungan dan bekerja sama, humas dan media kerap kali terjadi kesalahpahaman. Contohnya, ketika wartawan

memberitakan hal yang negatif dari suatu instansi tertentu. Humas cenderung menyalahkan media dan langsung menutup diri dengan wartawan apabila dikonfirmasi berkenaan dengan suatu pemberitaan yang negatif.

Padahal dalam implementasinya, apabila humas memahami betul tugas media, kesalahpahaman tersebut tidak akan terjadi. Humas harus menyadari bahwa media memiliki fungsi untuk memberikan informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Hal tersebut seperti tercantum dalam pasal 3 Undang Undang No 40 tahun 1999 tentang Pers. Sehingga apabila wartawan membuat berita yang berisi kritikan terhadap kebijakan instansi tertentu bukan berarti menjelekkan instansi tersebut, namun media sedang berperan menjalankan fungsinya sebagai kontrol sosial. Untuk itulah peran humas sangat penting dalam menjembatani kebutuhan wartawan dalam mendapatkan informasi tersebut.

Peran humas menjadi semakin penting dengan adanya wartawan tidak resmi yang masih marak bermunculan di kantor-kantor pemerintah daerah atau kota untuk meminta uang. Kelompok wartawan ini menggunakan pelbagai cara agar dapat mencapai keinginannya, seperti mengajukan proposal kegiatan, meminta imbalan dari pemberitaan yang dibuat, hingga membawa isu negatif.

Berkenaan dengan hal tersebut, sebagai pejabat humas pemerintah daerah atau kota harus mengetahui dengan pasti dan bisa membedakan cara kerja dua kelompok wartawan yakni antara kelompok wartawan resmi dan tidak resmi. Hal itu supaya dalam menjalankan tugasnya dapat berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi atau cara-cara tertentu agar humas dapat mengatasi maraknya wartawan tidak resmi yang kerap mendatangi kantor-kantor pemerintah. Kegiatan *media relations* adalah salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan media, serta secara tidak langsung dapat menghindarkan dari gangguan kelompok wartawan tidak resmi.

Setelah melakukan observasi dan wawancara dengan informan, maka dapat dijabarkan strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam upaya penanganan maraknya wartawan tidak resmi antara lain sebagai berikut:

Memfasilitasi Wartawan dalam Mendapatkan Informasi

Salah satu tugas utama Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintah Kota Bekasi adalah menyampaikan informasi tentang berbagai hal yang menyangkut kebijakan strategis pemerintah kotz. Dalam bahasa sederhana, Bagian Humas menjadi kepanjangan suara dari pimpinan daerah yang meliputi Walikota, Wakil Walikota, Sekretaris Daerah, Asisten Daerah 1,2, dan 3, serta seluruh Satuan Kepala Perangkat Daerah (SKPD) di Kota Bekasi.

Menurut James E Grunig dan Todd Hunt, salah satu peran humas dalam melakukan kegiatan *media relations* adalah *Public Information*/model informasi publik adalah praktik PR yang bertindak sebagai *journalist in residence*, artinya bertindak sebagai wartawan dalam menyebarkan informasi kepada publik dan mengendalikan berita atau informasinya kepada media massa.

Dalam menjalankan peran dan fungsinya sebagai kepanjangan suara, pola kerja Bagian Humas dapat dipilah ke dalam dua kategori. Pertama, Bagian Humas menangani sepenuhnya suatu informasi yang disampaikan kepada wartawan. Mulai dari mengundang wartawan, membuat *press release*, hingga mendesain isi konferensi pers. Kedua, menjadi fasilitator wartawan dalam mencari informasi dan sumber informasi untuk mendapatkan klarifikasi terhadap suatu persoalan secara benar dan akurat.

Untuk tugas bagian pertama, Bagian Humas tentu saja terlebih dahulu meminta data secara rinci kepada SKPD terkait dengan informasi yang disampaikan kepada wartawan. Hal itu dilakukan untuk menjaga keselarasan informasi dalam perspektif SKPD terkait dengan apa yang disampaikan Bagian Humas kepada

wartawan. Pertanyaannya, apakah model semacam itu dengan mengambil alih secara penuh proses penyampaian informasi kepada wartawan sering atau pernah dilaksanakan. *Key informan* dalam penelitian ini menyatakan bahwa model kerja semacam itu hampir tidak pernah dilakukan. Alasan yang paling mendasar kenapa hal itu tidak dilaksanakan adalah adanya kekhawatiran dari Bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi menyampaikan informasi tidak seperti yang diinginkan SKPD terkait. Apalagi jika isi informasi yang disampaikan berasal dari pejabat yang memiliki kewenangan dalam pengambilan kebijakan terhadap struktur organisasi Bagian Humas, seperti Walikota, Wakil Walikota, atau Sekretaris Daerah, maupun Asisten Daerah.

Informasi yang bersumber dari level atas dalam pemerintah kota, Bagian Humas lebih banyak berposisi sebagai fasilitator. Hal itu dapat dilihat pada beberapa kegiatan, seperti acara '*Coffee Morning*' dengan Walikota dan Wakil Walikota, acara makan bersama Walikota atau Wakil Walikota di suatu rumah makan, rekreasi bersama wartawan di Puncak, Bogor, serta kegiatan inspeksi mendadak ke pasar tradisional menjelang hari besar di mana rawan terjadi peningkatan harga bahan pokok. Pada acara-acara semacam itu, Bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi lebih banyak berperan sebagai fasilitator di mana kerja mereka menyebarkan undangan melalui pesan singkat, jejaring sosial, dan surat tertulis kepada wartawan agar hadir pada acara tersebut.

Artinya, Bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi lebih banyak menjalankan model kedua sebagai fasilitator ketimbang mengambil alih sepenuhnya proses informasi kepada wartawan. Kinerja Bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi ini juga dapat dilihat dari model kerja mereka yang lain. Pada beberapa kesempatan di mana wartawan membutuhkan klarifikasi atas suatu persoalan dari sumber utama, seperti dari Kepala SKPD, maka Bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi hanya bisa memberikan nomor telepon pejabat yang dimaksud dan menyerahkan sepenuhnya kepada wartawan untuk menghubungi sendiri. Tetapi ada beberapa kesempatan di mana

Bagian Humas memfasilitasi dengan menghubungi terlebih dahulu pejabat yang diperlukan wartawan untuk memberikan penjelasan terhadap suatu hal. Tetapi hal itu hanya bisa dilakukan oleh Kepala Bagian Humas. Misalnya, ketika wartawan hendak melaksanakan tugasnya dengan mengonfirmasi Dinas Binamarga dan Tata Air, Kepala Bagian Humas Maria Ulfa menghubungi Kepala atau Sekretaris Dinas Binamarga dan Tata Usaha untuk meminta kesediaannya menerima wawancara dari wartawan.

Sebagai Kepala Bagian Humas, Maria Ulfa, mengaku, hubungannya dengan media selama dia menjabat berjalan baik. Hubungan yang terjadi adalah komunikasi dua arah baik dari wartawan atau pun dari humas. Maria menyatakan selalu berusaha membantu wartawan dalam mendapatkan informasi yang diperlukan. Berikut pernyataan yang disampaikan Maria Ulfa.

“Kalau hubungan Pemkot dengan media itu saya kira baik-baik saja, tidak ada masalah karena kami itu adalah pelayan masyarakat ya, jadi kami itu selalu melayani dengan sebaik-baiknya gitu, jadi dengan media kami gak problem. Gak ada masalah, semua informasi akan kami berikan selama dia membutuhkan. Sebagai humas itu kan harus netral, dan hubungan berjalan dua arah.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, ditegaskan bahwa humas selalu berkomunikasi baik dengan wartawan. Hal itu diakui oleh Adi Warsono, wartawan Koran *TEMPO* yang bertugas di Bekasi yang menyatakan selama berhubungan dengan humas, pelayanannya baik dan selalu diberikan akses ke narasumber yang dibutuhkan. Berikut pernyataan yang disampaikan Adi Warsono.

“Sejauh ini, kepada saya sih ya, itu baik, difasilitasi, akses ke mana aja kita dikasih, gak pernah diperhambat, gak pernah. Jadi sudah cukup mengakomodir kebutuhan wartawan? Cukup.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, Adi Warsono yang sebelumnya menjadi wartawan *Radar Bekasi* menyatakan bahwa humas tidak pernah menghambat atau menghalanginya dalam mendapatkan informasi.

Langkah humas yang berperan menjadi fasilitator wartawan ini menjadi salah satu cara dalam menjalin hubungan baik dengan media. Cara ini secara tidak langsung juga menjauhkan dan menghindarkan dari wartawan tidak resmi. Hal ini karena kelompok wartawan tidak resmi ketika datang jarang meminta untuk difasilitasi dalam mendapatkan informasi. Untuk itulah humas bisa mempelajari kebiasaan ini dan mengategorikan sebagai ciri dari wartawan yang tidak resmi.

Melakukan Komunikasi Secara Non Formal

Secara umum, dapat digambarkan hubungan informal antara wartawan dengan pegawai Bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi berjalan dengan baik. Hubungan baik terlihat pada pola interaksi antara kedua kelompok secara bebas tanpa mengenal perbedaan struktur lembaga.

Wartawan yang bertugas di Pemerintah Kota Bekasi bisa dengan leluasa keluar masuk kantor Bagian Humas, bahkan memanfaatkan sejumlah fasilitas yang ada di situ. Seperti komputer dengan jaringan internet, meskipun Bagian Humas telah menyediakan sejumlah perangkat komputer pada *press room*, namun sejumlah wartawan sering menggunakan fasilitas milik staf Bagian Humas.

Wartawan juga banyak memanfaatkan fasilitas lain, seperti gelas dan piring untuk makan dan minum, sandal jepit untuk ke kamar mandi, dan sajadah untuk sholat. Pola interaksi tersebut sudah berlangsung cukup lama, di mana wartawan kerap memanfaatkan fasilitas milik Bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi.

Dalam hal lain, pola interaksi terjalin dengan baik. Beberapa wartawan kerap menjadi sumber pertimbangan bagi staf Humas atas suatu persoalan. Diskusi antara kedua belah

pihak juga sering terjadi secara informal, baik di *press room* maupun di kantin kantor Pemerintah Kota Bekasi.

Hal itu seperti terlihat pada gambar 2 di bawah ini, di mana Kepala Sub Bagian Publikasi Humas Pemkot Bekasi, Dalfi Handri, beserta 2 orang stafnya berdiskusi dengan wartawan di ruang *media center*. Diskusi tersebut berlangsung santai sambil menikmati jajanan kue dan minuman yang dijual pedagang keliling di Pemkot Bekasi. Suasana santai penuh keakraban tercipta dalam diskusi tersebut. Materi yang diperbincangkan seputar isu-isu pemberitaan aktual yang terjadi di Kota Bekasi.

Dalam kesempatan tersebut, staf bagian humas bisa menyampaikan keluh kesahnya dengan santai tanpa ada tekanan kepada wartawan yang diajaknya berbicara. Sebaliknya wartawan dapat menyampaikan saran-saran berkaitan dengan topik bahasan yang diperbincangkan. Wartawan juga kerap menyampaikan keluh kesahnya berkaitan dengan fasilitas maupun hal lain yang berkaitan dengan informasi aktual di Pemkot Bekasi. Pejabat maupun staf di bagian humas dituntut bisa berkomunikasi dan menjalin hubungan baik dengan wartawan, meskipun masih banyak wartawan yang berpenampilan kurang rapi dan memiliki gaya komunikasi yang spontan.



Gambar 2. Diskusi antara Wartawan dengan Staf Bagian Humas Setda Pemkot Bekasi
(Sumber: dokumentasi peneliti, 2013)

Sementara pada beberapa wartawan yang dipandang memiliki kompetensi baik, Bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi sering menggunakan jasanya untuk konsultasi, membuat tulisan pada media internal, dan

membuat tulisan *advertorial* untuk diiklankan pada media wartawan yang bersangkutan. Seperti di surat kabar *Warta Kota*, *Sinar Harapan*, dan *Radar Bekasi*. Wartawan dari media tersebut juga menjadi penulis *advertorial* yang mengulas berbagai hal menyangkut Pemerintah Kota Bekasi. Adapun isi dari *advertorial* tersebut dibuat berdasarkan perencanaan yang disusun secara bersama antara wartawan dan staf Seksi Pemberitaan di Bagian Humas Kota Bekasi.

Advertorial biasanya mengulas tentang progres pembangunan Kota Bekasi, mengenai apa yang telah dicapai maupun yang direncanakan. Baik menyangkut pembangunan fisik seperti infrastruktur jalan, gedung publik, maupun sarana-sarana publik lainnya, hingga menyangkut fasilitas kesehatan, pendidikan, maupun berbagai hal tentang pembangunan sumber daya manusia, hingga pemanfaatan sumber daya alam.

Melakukan Media Gathering

Secara berkala Humas Pemkot Bekasi mengadakan acara tatap muka dengan wartawan. Dalam kegiatan tersebut, Walikota dan Wakil Walikota turut hadir dan berdiskusi dengan wartawan. Pada tahun 2013 acara tersebut dilaksanakan di Hotel Bela Campa, Jalan Cikopo Selatan, Mega Mendung, Bogor, Jawa Barat, selama 2 hari 1 malam. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas Setda Kota Bekasi, Maria Ulfa, acara tatap muka dengan wartawan dilakukan untuk lebih meningkatkan keakraban dan kekeluargaan antara wartawan dengan pimpinan kepala daerah. Sehingga apabila ada informasi yang dibutuhkan oleh wartawan, bisa langsung dengan mudah ditanggapi oleh Humas. Berikut ini keterangan lengkap Maria Ulfa.

“Sebetulnya di humas ada kegiatan yang namanya tatap muka dengan wartawan. Itu kami jadwalkan setahun tiga kali. Tetapi itu tidak cukup dengan tatap muka saja, setiap hari pun wartawan itu berkumpulnya memang di humas karena di humas itu ada press room dan media center. Jadi

itulah kita itu setiap hari berkumpul dengan semua wartawan. Jadi lebih akrab, lebih kekeluargaan. Jadi kalau ada informasi apa, butuh apa, kami lebih enak menanggapi. Kami selalu tukar pikiran."

Berdasarkan keterangan tersebut, Humas Setda Kota Bekasi dan wartawan selalu bertukar informasi dan saling memberikan masukan berkaitan dengan permasalahan yang terjadi di Kota Bekasi. Wartawan resmi secara bebas dan terbuka memanfaatkan fasilitas yang disediakan *press room* yang dilengkapi dengan jaringan internet.

Agenda acara dalam *media gathering* adalah mendengarkan masukan-masukan dari wartawan dan berdiskusi mengenai topik-topik aktual yang terjadi di Pemkot Bekasi dan kebijakan-kebijakan Pemkot Bekasi. Pertanyaan dari wartawan langsung ditanggapi oleh Walikota dan Wakil Walikota Bekasi, Rahmat Effendi dan Ahmad Syaiku. Setelah acara tersebut selesai, diadakan pengundian hadiah. Setiap wartawan yang hadir di acara tersebut diberikan kupon untuk dapat diundi dan mendapatkan hadiah yang diantaranya berupa *handphone*, *power bank*, *ipad*, dll. Acara tersebut kemudian ditutup dengan karaoke bersama untuk lebih mengakrabkan dan mendekatkan antara wartawan dengan Walikota dan Wakil Walikota Bekasi. Pada gambar 3 merupakan dokumentasi Humas Setda Kota Bekasi pada acara tatap muka dengan Walikota-Wakil Walikota Bekasi.



Gambar 3. Tatap Muka Walikota dan Wakil Walikota Bekasi dengan Wartawan
(Sumber: Dokumentasi Humas Setda Kota Bekasi, 2013)

Dari gambar 3 tersebut terlihat Walikota Bekasi Rahmat Effendi dan istri berfoto bersama dengan para wartawan yang bertugas meliput di Pemkot Bekasi pada saat acara tatap muka wartawan dengan Walikota-Wakil Walikota Bekasi. Dari gambar tersebut terlihat adanya keakraban antara wartawan dan Walikota Bekasi.

Persoalan mengenai wartawan tidak resmi kerap ditemui oleh Humas Pemkot Bekasi. Dari pengalaman Kepala Sub Bagian Publikasi, Humas Sekretariat Daerah Kota Bekasi, Dalfi Handri, acara tatap muka dengan wartawan pada tahun 2012 hanya mengundang 50 wartawan, namun yang hadir terdapat 150 orang wartawan. Hal ini tentu saja mengakibatkan kebingungan, karena berkaitan dengan anggaran yang dialokasikan terbatas hanya untuk 50 wartawan. Setelah dianalisa, penyebab dari banyaknya wartawan yang hadir adalah karena metode undangan yang digunakan.

Menurut Dalfi Handri, isi undangan memberitahukan akan diadakan acara tatap muka dengan wartawan, tanpa ditambahkan undangan bersifat *personal* sehingga tidak disebarkan. Undangan tersebut ternyata disebarkan oleh wartawan yang diundang, sehingga acara tersebut diketahui oleh banyak wartawan, termasuk di antaranya wartawan gadungan. Pola menyebarkan agenda acara memang biasa dilakukan oleh wartawan yang bertukar informasi dengan wartawan yang lain, data peserta wartawan bertambah. Wartawan yang tidak diundang secara langsung pun ikut hadir dalam acara tersebut.

Pada acara tatap muka dengan wartawan pada tahun 2013, Humas mengganti metode dalam mengundang wartawan. Undangan dilakukan dengan mengirim sms kepada wartawan yang dimaksud. Isi dari sms tersebut selain memberitahukan untuk hadir ke acara tatap muka juga ditambahkan pesan agar undangan tersebut tidak disebarkan kepada wartawan yang lain. Undangan dikirim langsung oleh Kasubag Publikasi, Dalfi Handri. Undangan tersebut ternyata cukup efektif dalam menyebarkan informasi kepada wartawan yang

dimaksud dan menghindarkannya dari wartawan tidak resmi.

Berdasarkan isi undangan yang dikirimkan tersebut dijelaskan bahwa setiap peserta wartawan mendapatkan undangan khusus secara langsung. Dalam undangan itu disebutkan agar tidak dibagi ke teman wartawan yang lain.

Berdasarkan data Humas Pemkot Bekasi, jumlah wartawan yang hadir dalam acara tatap muka tersebut sebanyak 37 orang. Data itu sama dengan jumlah undangan yang dikirimkan kepada wartawan. Acara tersebut diselenggarakan pada tanggal 30 – 31 Oktober 2013 bertempat di Hotel Bela Campa, Jalan Cikopo Selatan, Mega Mendung Bogor. Acara tersebut merupakan salah satu kegiatan peningkatan sumber daya manusia (SDM) Kehumasan dan Kemitraan Pers.

Seperti yang diberitakan pada majalah internal Pemkot Bekasi, *Bekasi Kotaku* edisi triwulan akhir Desember 2013, disebutkan bahwa *media gathering* dilaksanakan juga untuk menyosialisasikan program dan rencana strategis kerja kepada masyarakat secara masif. Melalui media, Walikota Bekasi Rahmat Effendi dan Wakil Walikota Bekasi Ahmad Syaikh, dapat menyampaikan secara langsung informasi tersebut.

Media gathering rutin diadakan setiap tahunnya karena keberadaan wartawan di lingkungan pemerintahan sangat diperlukan. Baik wartawan media elektronik (televisi, radio), mupun media cetak (surat kabar, majalah), serta wartawan media internet. Selain dihadiri walikota, acara tatap muka dengan wartawan juga dihadiri sejumlah pejabat SKPD di lingkungan Pemkot Bekasi. Keberadaan pejabat di acara tersebut selain dapat mengenal secara langsung wartawan-wartawan resmi yang bertugas di lingkungan Pemkot Bekasi, juga dapat lebih meningkatkan keakraban kedua belah pihak. Hal itu dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Wawancara Wartawan dengan Walikota Bekasi

(Sumber: Dokumen Humas Setda Kota Bekasi, 2013)

Berdasarkan gambar 4 tersebut, Walikota Bekasi, Rahmat Effendi, sedang melayani wawancara dengan wartawan pada acara tatap muka dengan Walikota dan Wakil Walikota Bekasi. Wawancara dilakukan karena ada isu yang menarik wartawan untuk ditindaklanjuti. Acara tatap muka tersebut menjadi kesempatan yang dimanfaatkan oleh wartawan untuk menanyakan berbagai hal berkaitan dengan permasalahan di Kota Bekasi, mengingat padatnya kesibukan Walikota di hari-hari kerja.

Jika semua pejabat mengenal dengan baik seluruh wartawan yang bertugas di lingkungan pemerintahan dan menjalin hubungan baik, maka dapat menjadi alat dalam menghadapi wartawan tidak resmi yang kerap mendatanginya. Pada acara tersebut, wartawan dapat berdiskusi langsung atau mengajukan pertanyaan baik kepada Walikota ataupun kepada para pejabat lainnya seputar program kerja dan capaian Pemkot Bekasi.

Untuk lebih mengakrabkan kerja sama dengan wartawan, Pemkot Bekasi juga menambah acara dalam *media gathering* dengan *outbond* dengan berbagai permainan, mulai dari bermain tali sampai *air softgun*. Dalam acara tersebut, wartawan dan staf bagian Humas beserta pejabat SKPD Pemkot Bekasi berbaur bersama dalam permainan tersebut.

Menyediakan Press Room (Media Center)

Humas Pemerintah Kota Bekasi menyediakan ruangan khusus wartawan yang dinamakan *media center* Pemkot Bekasi. Ukuran ruangannya sekitar 30 meter persegi. Dalam ruangan tersebut disediakan fasilitas berupa komputer sebanyak 6 buah. Namun hanya 3 komputer yang bisa digunakan. Dalam ruangan *media center* tersebut juga difasilitasi jaringan internet dan *wifi* sehingga wartawan yang membutuhkan fasilitas untuk menulis dan mengirimkan berita bisa memanfaatkan fasilitas tersebut.

Dalam ruangan tersebut juga kerap digunakan untuk berdiskusi antara staf di Humas dan wartawan. Diskusi bisa formal dan non formal. Secara formal biasanya dilakukan melalui kegiatan konferensi pers. Namun diskusi kerap dilakukan secara non formal, dengan suasana yang santai. Diskusi membicarakan isu-isu aktual yang terjadi di Kota Bekasi. Berikut ini gambaran ruangan *media center* Humas Setda Kota Bekasi di mana ada salah seorang wartawan menulis berita dengan memanfaatkan komputer yang disediakan.



Gambar 5. Media Center Humas Setda Pemkot Bekasi

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2013)

Dari gambar 5 tersebut, terlihat salah seorang wartawan dari *Vivanews.com*, Erik Hamzah, sedang memanfaatkan komputer di *media center* Humas Setda Kota Bekasi untuk mengetik berita. Penyediaan fasilitas tersebut sangat membantu para wartawan dalam menjalankan tugasnya, karena tidak semua wartawan memiliki kantor cabang di Kota Bekasi.

Media center tersebut juga kerap dimanfaatkan sebagai tempat berdiskusi berbagai permasalahan yang terjadi di Kota Bekasi, dan hal-hal lainnya. Seperti yang diungkapkan salah seorang wartawan dari *Warta Kota*, IC, bahwa fasilitas yang diberikan Humas Pemkot Bekasi sudah cukup memadai namun hal yang perlu diperhatikan adalah perawatan dari fasilitas yang ada. Ia menyebutkan dari 6 komputer yang tersedia, hanya 3 komputer yang dapat berfungsi. Padahal jumlah wartawan yang bertugas dan meliput di lingkungan Pemkot Bekasi berjumlah lebih dari 30 orang. Berikut ini kutipan pernyataannya.

“Sejauh ini sih tidak ada masalah... (sudah cukup terfasilitasi?)...c.ya sudahlah...tapi...kalaupun mau ditingkatkan lebih baik lagi ya..hahaha....misalnya begini...aaa...tidak semua teman-teman itu bisa, misalnya ada kegiatan pas dia...aaaa...bisa datang, tapi misalnya ada kejadian di tempat lain dan ada kegiatan yang sama, mereka bantu support kita. Artinya, apa yang dibutuhkan, misalnya soal transkrip wawancara atau misalnya dokumentasi, gambar, ya mereka support kita. Ya mungkin yang...apa ya....aaa...soal fasilitas kayak gini nih, juga sudah lumayan bagus. Cuma kan ini kan (komputer) dari enam hanya berapa yang berfungsi, ada perlu diperbaikilah.”

Keberadaan *media center* tersebut juga menjadi alat bagi Humas Setda Kota Bekasi untuk menjauhkan dari kelompok wartawan tidak resmi. Menurut Kepala Bagian Humas Setda Kota Bekasi, Maria Ulfa, kelompok wartawan ini secara tidak langsung menjauh dari Humas Pemkot Bekasi, jika ada wartawan yang sedang berkumpul di *media center*. Kelompok wartawan tidak resmi memang cenderung berkelompok sendiri dan tidak membaur dengan wartawan resmi. Berikut ini kutipan pernyataan Maria Ulfa berkaitan dengan hal tersebut.

“Saya terus terang kalau wartawan gadungan itu jarang ke humas. Mereka tidak berani karena disini ada press room yang isinya wartawan resmi. Jadi, mereka tidak berani. Hanya saya mendapat laporan dari SKPD kalau banyak wartawan gadungan yang ke sana.”

Berdasarkan keterangan dari Maria Ulfa tersebut, keberadaan *press room* selain menyediakan fasilitas bagi wartawan resmi yang bertugas meliput di lingkungan Pemerintah Kota Bekasi, sekaligus juga menjadi salah satu strategi penanganan terhadap maraknya wartawan tidak resmi. Akan tetapi, Maria Ulfa mengaku kerap menerima laporan dari kepala SKPD di dinas-dinas akan gangguan wartawan tidak resmi ini ke kantor mereka. Langkah yang kemudian dilakukan adalah meminta agar pejabat SKPD melaporkan keberadaan wartawan tersebut ke Humas. Berikut pernyataan Maria Ulfa berkaitan dengan hal tersebut.

“Hanya sekarang SKPD kadang-kadang sering ya istilahnya mengeluhlah ke humas, ini ada wartawan begini-begini, ya terima aja, kalau seumpama dia mau macem-macem udah larikan aja, hubungi dahulu humas. Nanti baru kalau ada, umpamanya dia mau minta wawancara dengan SKPD, dia memaksa, dia mau macem-macem gitu, hubungi humas.”

Pernyataan Maria Ulfa tersebut menjelaskan bahwa protokoler terhadap datangnya wartawan tidak resmi tersebut sudah diberlakukan. Humas Setda Pemerintah Kota Bekasi memiliki peran menjadi penghubung dan menangani kelompok wartawan tidak resmi ini. Hal itu dilakukan karena humas sudah memiliki data siapa saja wartawan resmi dan media apa saja yang bertugas meliput kegiatan di lingkungan Pemerintah Kota Bekasi. Humas sebenarnya juga telah mengedarkan data wartawan tersebut ke seluruh kantor SKPD agar setiap pejabat yang ditemui wartawan yang tidak jelas medianya dapat melakukan

pengecekan dengan melihat data wartawan tersebut.

Dari pendataan yang dilakukan, menurut Kasubag Publikasi Humas Setda Kota Bekasi, Dalfi Handri, terdapat hampir 160 lebih wartawan yang memberikan surat tugas dari medianya. Akan tetapi yang eksis melakukan peliputan dan bermitra sekitar 50-60 orang wartawan baik dari media lokal maupun nasional. Terhadap media-media tersebut, Dalfi mengaku selalu menjalin hubungan baik agar dalam pemberitaan selalu *cover both side* sehingga selalu berita yang disajikan selalu berimbang sesuai dengan fakta dan dapat dipertanggungjawabkan. Berikut ini kutipan pernyataan Dalfi Handri berkaitan dengan hal tersebut.

“Nah, itu kita jalin kerjasama supaya ya....dalam pemberitaan itu cover both side-nya itu jelas, berimbang jangan nanti walau sifatnya kontrol tapi dalam koridor yang memang fakta dan datanya bisa dipertanggungjawabkan. Itu yang sering kita lakukan. Bentuknya, kita selalu melakukan tatap muka, ada yang dijadwalkan, ada juga yang sifatnya insidental dengan SKPD tertentu untuk hal-hal pemberitaan yang mendadak, itu kita undang mereka.”

Berdasarkan kutipan pernyataan tersebut, dijelaskan bahwa dalam menjalin hubungan dengan media, humas tidak hanya untuk menjauhkan dari gangguan wartawan tidak resmi, namun juga mengawal agar pemberitaan di media dapat berimbang sesuai fakta dan dapat dipertanggungjawabkan.

Menyelenggarakan Lomba Karya Tulis Wartawan dan Pegawai Pemkot Bekasi

Lomba karya tulis menjadi satu agenda rutin yang telah berjalan dua tahun menjadi satu program kerja Bagian Humas. Pada pelaksanaan tahun pertama 2011 lalu, lomba karya tulis pesertanya khusus wartawan dengan tema “Pembangunan di Kota Bekasi”. Adapun

pelaksanaan pada tahun kedua pada 2012 dengan tema “Bekasi Maju, Sejahtera, dan Lhsan”, pesertanya dibagi ke dalam dua kategori yakni wartawan dan pegawai di lingkungan Pemerintah Kota Bekasi. Bagian Humas selaku penyelenggara menyediakan hadiah pada masing-masing kategori, terdiri dari Juara I, II, III, dan Harapan I dan II. Setiap pemenang memperoleh hadiah berupa piagam dan uang pembinaan dengan nilai yang bervariasi, dari Rp 1 juta- Rp 5 juta.

Kegiatan lomba karya tulis merupakan salah satu bentuk apresiasi Pemerintah Kota Bekasi kepada wartawan selaku mitra kerja. Menurut Kepala Seksi Pemberitaan Bagian Humas Setda Kota Bekasi, Dalfi Hendri, lomba karya tulis dilaksanakan untuk semakin menguatkan hubungan antara media dan pemerintah kota, antara wartawan dan pegawai. Pelaksanaan lomba karya tulis merupakan salah satu rangkaian kegiatan HUT Kota Bekasi yang dirayakan setiap pertengahan tahun. Pengumuman pemenang dan pemberian hadiah lomba karya tulis dilaksanakan pada upacara HUT Kota Bekasi, setelah prosesi pengibaran bendera usai.

Adapun materi tulisan yang dilombakan adalah berbagai hal yang masih terkait dengan tema lomba. Salah satu syarat tulisan bisa ikut dalam lomba adalah telah diterbitkan pada media massa di mana wartawan yang menjadi peserta. Semua tulisan yang masuk diseleksi oleh tim juri yang terdiri dari dua orang wartawan senior media nasional seperti Kantor Berita *Antara* dan Majalah *TEMPO*, serta seorang dari pejabat pemerintah daerah khususnya dari SKPD yang memiliki keterkaitan kerja dengan tema yang dilombakan. Pemenang lomba diumumkan pada saat ulang tahun Kota Bekasi bulan Maret 2013.

Menyelenggarakan Konferensi Pers

Strategi lain yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bekasi dalam memfasilitasi wartawan adalah menyelenggarakan konferensi pers. Kegiatan ini biasa dilaksanakan apabila ada persoalan-persoalan yang memerlukan klarifikasi. Menurut Kasubag Publikasi Humas

Setda Kota Bekasi, Dalfi Handri, undangan disampaikan kepada para wartawan yang biasa bertugas meliput di lingkungan Pemkot Bekasi. Contoh konferensi pers yang pernah dilakukan adalah ketika terjadi pemadaman listrik di Pasar Baru yang mengakibatkan pedagang resah. Hal itu kemudian ditindaklanjuti oleh Humas dengan mengadakan konferensi pers. Tujuan diadakan konferensi pers adalah untuk menjelaskan bahwa listrik itu memang menunggak sekian lama dan sudah diserahkan ke pihak ketiga. Berikut ini kutipan pernyataan Kasubag Publikasi Humas Setda Kota Bekasi.

“Contohnya kemarin kita mendadak listrik di Pasar Baru mati, pedagang kan resah. Media tahu, ini ada apa, langsung kita undang untuk press conference, konferensi pers menjelaskan bahwa listrik itu memang nunggak sekian lama dan sudah diserahkan ke pihak ketiga. Pihak ketiganya yang nunggak... Nah itu, korbannya jadi pedagang di sana.”

Dari pernyataan tersebut, dijelaskan bahwa Humas Pemkot Bekasi berusaha menjadi fasilitator untuk menjembatani wartawan dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam permasalahan padamnya listrik di Pasar Baru Bekasi. Konferensi pers tersebut cukup efektif dilakukan karena para pedagang di Pasar Baru juga dapat mengetahui penyebab padamnya listrik tersebut. Melalui media massa, para pedagang dan masyarakat luas memperoleh informasi yang benar berkenaan dengan penyebab padamnya listrik di Pasar Baru tersebut.

Dalfi Handri menjelaskan pelaksanaan konferensi pers dijadwalkan terlaksana minimal satu kali dalam satu bulan. Kegiatan ini sangat efektif dalam menyampaikan informasi kepada wartawan, selain juga dapat lebih mendekatkan diri dan lebih mengakrabkan antara humas, pejabat SKPD, dan wartawan. Hal itu karena dalam setiap konferensi pers, humas berusaha untuk menghadirkan narasumber yang kompeten dan sesuai dengan kapasitasnya.

Hal itu seperti konferensi pers yang dilaksanakan berkaitan dengan permasalahan yang terjadi antara Walikota Bekasi dengan Pemimpin Redaksi *Bekasi Ekspres*, Nicolas Godjang. Permasalahan dipicu dengan pemberitaan *Bekasi Ekspres* yang kerap bernada negatif berkenaan dengan Rahmat Effendi yang ketika itu masih menjadi Pelaksana Tugas Walikota pasca ditahannya Walikota Bekasi, Mochtar Mohammad, karena tersangkut kasus korupsi.

Pada acara temu dengan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), Nico Godjang diminta untuk memaparkan keberadaan rubrikasi UMKM di *Bekasi Ekspres*. Namun Rahmat Effendi yang ketika itu sudah berada di depan meja pembicara tiba-tiba kesal dan melemparkan botol air mineral ke arah Nico Godjang. Konflik tersebut pun tambah meruncing ketika masalahnya dilaporkan ke pihak polisi. Atas kejadian tersebut, komunitas wartawan Bekasi yang mengatasnamakan Kelompok Kerja (Pokja) Wartawan Kota Bekasi bahkan sempat mendemo Pemkot menyatakan penyesalannya atas kejadian tersebut.

Selama menjadi pejabat di Humas Setda Kota Bekasi, Dalfi Handri membedakan antara kedua kelompok tersebut dari surat tugas yang di bawa oleh wartawan resmi. Jika wartawan tidak resmi biasanya tidak membawa surat tugas dari kantornya, hanya *id card* saja. Pihak humas juga masih mempertanyakan kartu pers yang kerap di bawa oleh wartawan tidak resmi, mengingat mudahnya mencetak kartu tanda pengenal tersebut.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hubungan baik yang dibina Humas Setda Kota Bekasi dengan wartawan resmi secara tidak langsung telah menjauhkan gangguan dari wartawan tidak resmi. Kelompok wartawan tidak resmi terbukti tidak berani berkumpul dengan wartawan resmi karena tindakan yang dilakukannya bertentangan dengan wartawan resmi, seperti meminta uang kepada narasumber, meminta imbalan dari

pemberitaan yang dibuat, hingga mengancam narasumber dengan pemberitaan yang isunya negatif.

Pendataan wartawan resmi sangat diperlukan secara berkelanjutan sebagai antisipasi dan penanganan terhadap maraknya wartawan tidak resmi. Data yang akurat terhadap wartawan apa saja yang bertugas di lingkungan Pemkot Bekasi sangat membantu dalam upaya menangani gangguan wartawan tidak resmi.

Daftar Pustaka

- Iriantara, Yosol (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Lattimore, Dan, Baskin Otis, T. Heiman Suzzette, dan Toth L. Elizabeth (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lubis, Elysa Evawani (2012). *Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah*. Dalam Jurnal Ilmu Administrasi Negara, Volume 12, Nomor 1, Juli 2012.
- Kriyantono, Rachmat (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kusumaningrat, dan Kusumaningrat (2009). *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung: Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady (2003). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Rajawali Press.
- Soemirat, Ardianto, dan Elvinaro Ardianto (2005). *Dasar-dasar Public Relations*. Cetakan Keempat. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Theaker, Alison (2004). *The Public Relations Handbook*. London: Routledge.
- Turow, Joseph (2009). Third Edition, *Media Today: An Introduction to Mass Communication*. New York: Routledge.

Wimmer, Roger D., and Joseph R. Dominick (2003). *Mass Media Research*. Seventh Edition. Canada: Wadsworth.

Yulista, Year (2008). *Identifikasi Model Komunikasi Humas PR Pertamina (Persero)*.