

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Disadari atau tidak dalam sebuah instansi, perusahaan, badan, maupun lembaga sangat membutuhkan hubungan baik dengan berbagai pihak. Hal ini disebabkan karena kebutuhan sebuah perusahaan maupun instansi yang ingin maju atau pada dasarnya ingin membuat perusahaan atau instansi tersebut sukses. Dengan demikian perusahaan atau instansi mencari cara agar kebutuhan tersebut terwujud. Dalam mencari cara agar dapat berhubungan baik dengan berbagai pihak, tidak sedikit perusahaan atau instansi yang ada di Indonesia terdapat divisi Public Relations/Humas.

Saat ini istilah *Public Relations* (PR) atau yang sering disebut dengan istilah Humas (Hubungan Masyarakat) sudah banyak dikenal. Meskipun pada umumnya masih banyak masyarakat yang tidak tahu apa itu *Public Relations*, dan masih banyak masyarakat yang bertanya-tanya apa fungsi dari PR dan apa kegunaannya dalam sebuah perusahaan atau instansi.

Di Indonesia pengaplikasian Publik Relations atau yang lebih dikenal Humas masih kurang efektif, masih ada yang menganggap bahwa keberadaan Humas dalam

sebuah perusahaan atau instansi tidak begitu penting, karena pengaplikasian Humas yang masih cenderung sangat kurang. Padahal dalam sebuah perusahaan atau instansi pasti membutuhkan hubungan yang efektif dengan para publiknya, baik publik internal maupun publik eksternal dalam membangun sebuah kesuksesan perusahaan atau instansi.

Bagi beberapa perusahaan menganggap bahwa adanya Public Relations dan kegiatan-kegiatannya hanyalah kegiatan yang membutuhkan biaya besar. Pada kenyataannya hal tersebut memang benar, tetapi pernyataan tersebut dapat disalahkan karena tujuan PR bukan untuk menghambur-hamburkan biaya yang hanya merugikan perusahaan, tetapi sebaliknya tujuan PR adalah agar sebuah perusahaan atau instansi dapat meraih sukses dan keuntungan karena telah membina hubungan baik dengan para publiknya melalui kegiatan-kegiatan yang dibangun, selain itu dapat memberikan manfaat kepada publiknya.

Implementasi humas dalam perusahaan/lembaga pemerintahan dapat diaplikasikan dengan berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi publiknya dengan memberikan informasi mengenai perusahaan melalui berbagai macam kegiatan. Salah satu kegiatan dalam sebuah instansi/organisasi yaitu PR sebagai penyambung lidah antara publik eksternal dengan instansi/organisasi. Tidak hanya menyampaikan informasi kepada publik tetapi juga merupakan saluran informasi dari publik terhadap perusahaan. Informasi dari publik berupa opini sebagai umpan balik dari informasi yang telah disampaikan perusahaan.

Dalam salah satu instansi pemerintahan yaitu Pengelolaan Sumber Daya Air atau yang disingkat dengan PSDA, terdapat bagian Humas. Bagian Humas Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu bidang spesialisasi dalam ilmu komunikasi yang pada umumnya menumbuhkan rasa saling percaya, pengertian, dan kerjasama dengan berhubungan baik terhadap public pada suatu perusahaan. Hal ini disebabkan karena perkembangan teknologi komunikasi dengan segala bentuk informasi dalam Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air maka implementasi humas sangatlah penting. Karena fungsi humas dalam dinas dapat memberikan manfaat bagi publik internal maupun publik eksternal khususnya dalam keterbukaan informasi.

Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Jawa Barat yang senantiasa menggunakan humas untuk menjalankan hubungan baik dengan berbagai pihak, dengan tujuan memperoleh suatu nilai lebih atau keberhasilan tersendiri, atau mendekati pers dengan tujuan untuk memperoleh suatu pemberitaan positif, tetapi lebih dari itu karena Public Relations mengandalkan strategi yaitu agar institusi atau organisasi dapat dipercaya oleh pihak-pihak yang berhubungan dengan badan atau organisasi.

Dalam hubungannya, Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Jawa Barat menjalankan Public Relations/Humas yang masih bersifat *Method Of Comunication* yaitu Humas yang masih dibawah divisi lain atau belum masuk dalam struktural organisasi / institusi yang pada hal ini humas Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Jawa Barat lebih dikenal dengan sebutan kehumasan karena masih berada pada Divisi

Sub. Bagian Kepegawaian & Umum, sehingga humas belum *State Of Being* (berdiri sendiri). Meskipun Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Jawa Barat sudah termasuk instansi pemerintah yang terbilang besar, tetapi tidak mengurangi pengaplikasian Public Relations/Humas dalam lembaga, karena yang terpenting dapat menciptakan komunikasi timbal balik, serta memberikan suatu kebutuhan informasi kepada publik Internal dan eksternal yang berasal dari media. Selain itu Kehumasan di Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Jawa Barat mempunyai fungsi membangun suatu hubungan yang baik dengan berbagai publik, baik publik internal maupun publik eksternal.

Sama halnya di institusi atau organisasi lain, Humas Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air memiliki aktivitas yang pada umumnya untuk menciptakan citra positif lembaga dan tercapainya suatu saling pengertian dan saling percaya antara lembaga dengan *stakeholder* melalui pendekatan kegiatan atau aktivitas Humas Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Kegiatan yang dilakukan pun tidak se-maksimal dengan kegiatan yang dilakukan oleh Humas yang sudah melembaga (*state of being*). Salah satu penyebabnya karena faktor anggaran biaya yang menjadi kendala kegiatan tidak ada dikhususkan bagi kehumasan. Walaupun demikian kehumasan Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air masih tetap melakukan kegiatan-kegiatan yang ada dengan tujuan memberi perhatian lebih kepada citra lembaga.

Salah satu tujuan ke luar public relations adalah “mempererat hubungan dengan orang-orang atau instansi-instansi di luar organisasi/perusahaan (publik), demi terciptanya opini publik yang menguntungkan organisasi/perusahaan itu”.(Rachmadi, 1992:53) dengan memberikan informasi yang bermanfaat bagi publik luar tidak cukup hanya dengan menyampaikannya saja, tetapi informasi yang diberikan harus berdasarkan fakta, dan kejujuran. Karena publik luar mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang terdapat didalam organisasi/perusahaan/instansi. Dalam humas Instansi menggunakan teknik periklanan dan publisitas. “Periklanan dan publisitas dilakukan untuk menyadarkan masyarakat atau khalayak ramai akan hal-hal yang berhubungan dengan kegiatan instansi yang bersangkutan”.(Siswanto, 1992:47)

Salah satu kegiatan eksternalnya yaitu tentang keterbukaan informasi kepada publik, khususnya di Dinas PSDA Prov Jawa Barat memiliki suatu keharusan fungsional untuk menyebarkan informasi mengenai kebijakan program-program kegiatan di lingkungan Dinas PSDA Prov Jawa Barat yang terkait untuk disampaikan pada publik internal dan eksternal. Kehumasan merupakan suatu alat atau saluran untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan nasional melalui kerja sama dengan pers, media cetak, atau elektronik kegiatan pengelolaan informasi kehumasan di OPD.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Dokumen “Topoksi Humas Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Provinsi Jawa Barat”. Pada tanggal 12 April 2014.

Dinas PSDA merupakan Institusi Pemerintahan yang memiliki tugas sebagai penyampaikan informasi kepada rakyatnya dalam kaitannya dengan kebijaksanaan pemerintah.

Rakyat turut mengawasi tindak-tanduk pemerintah yang, apabila tidak sesuai dengan aspirasi rakyat, rakyat secara cepat mengeritikanya. Demikianlah, maka lembaga-lembaga pemerintahan dari tingkat pusat sampai tingkat daerah dilengkapi dengan Bagian Humas untuk mengelola informasi dan opini publik. Informasi mengenai kebijaksanaan pemerintah disebarkan seluas-luasnya, dan opini publik dikaji dan diteliti seefektif-efektifnya untuk keperluan pengambilan keputusan dan penentuan kebijaksanaan berikutnya. (Effendy, 1987:47)

Melalui Humas, informasi dikelola hingga menciptakan efek dari rakyat berupa opini. Opini rakyat tersebut diteliti dengan efektif dengan tujuan untuk mengambil keputusan dan menentukan kebijaksanaan pemerintah berikutnya sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan aspirasi rakyat.

Implementasi Humas dalam keterbukaan informasi di Lembaga pemerintah sudah diwajibkan, karena publik mempunyai hak untuk mendapatkan informasi mengenai kebijakan yang diberikan lembaga kepada publik.

Adapun tugas pokok humas pemerintahan salah satunya yaitu “upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijakan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut...” (Ruslan, 2003:312). Lalu fungsi humas pemerintahan yaitu salah satunya adalah “mengamankan kebijaksanaan pemerintah, memberikan pelayanan, menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai

kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasional kepada masyarakat...”(Ruslan, 2003:314)

Meskipun pada Implementasinya kehumasan PSDA masih kurang, selain karena faktor anggaran ternyata kehumasan PSDA masih dipandang sebelah mata. Padahal implementasi humas sangat berpengaruh bagi kesuksesan Dinas. Peneliti menggali implementasi yang terdapat di kehumasan PSDA khususnya hubungan dengan publik eksternal. Setelah digali, peneliti menemukan bentuk kegiatan hubungan kehumasan PSDA dengan publik eksternal diantaranya dengan wartawan, lintas rektoral, dan perguruan tinggi.

Oleh sebab itu, peneliti memilih untuk meneliti Humas Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air, untuk mengetahui dan mendeskripsikan tentang Implementasi Humas eksternal yaitu berhubungan baik dengan wartawan, lintas rektoral, dan perguruan tinggi dalam bentuk kegiatan yang dilakukan Humas Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air dengan meneliti “Bagaimana Implementasi Humas Eksternal Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Provinsi Jawa Barat dalam Keterbukaan Informasi”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah “Bagaimana Implementasi Humas Eksternal Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Provinsi Jawa Barat dalam Keterbukaan Informasi”.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan secara detail tentang implementasi Humas Eksternal PSDA dalam keterbukaan informasi.

Dari rumusan masalah tersebut, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Implementasi Humas Dinas PSDA membina hubungan baik dengan Wartawan dalam keterbukaan informasi ?
2. Bagaimana Implementasi Humas Dinas PSDA membina hubungan baik dengan Lintas Rektoral dalam keterbukaan informasi ?
3. Bagaimana Implementasi Humas Dinas PSDA membina berhubungan baik dengan Perguruan Tinggi dalam keterbukaan informasi ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan rincian yang hendak dicapai dalam penelitian, atau temuan yang ingin diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai :

1. Implementasi Humas Dinas PSDA membina hubungan baik dengan Wartawan dalam keterbukaan informasi.



2. Implementasi Humas Dinas PSDA membina hubungan baik dengan Lintas Rektoral dalam keterbukaan informasi.
3. Implementasi Humas Dinas PSDA membina berhubungan baik dengan Perguruan Tinggi dalam keterbukaan informasi.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian menjelaskan apa manfaat dari hasil penelitian yang diperoleh.

##### **1.4.1 Manfaat teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan memberikan informasi ilmiah untuk mengembangkan keilmuan khususnya Ilmu Komunikasi Bidang Kajian Public Relations.
2. Penelitian ini diharapkan menyumbangkan pemahaman tentang Implementasi Humas yang ada di dalam salah satu Dinas/institusi.

##### **1.4.2 Manfaat praktis**

1. Penelitian ini diharapkan berguna bagi para praktisi sebagai suatu pengalaman yang bermanfaat dalam meningkatkan wawasan di bidang Ilmu Public Relations.
2. Penelitian ini diharapkan agar dapat memecahkan masalah dalam kaitannya dengan Implementasi Humas Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Provinsi Jawa Barat.

## **1.5 Setting Penelitian dan Pengertian Istilah**

### **1.5.1 Setting Penelitian**

Agar peneliti lebih fokus dan tidak meluas dari penelitian yang dimaksud, dan menyadari adanya keterbatasan waktu dan kemampuan, maka peneliti perlu memberi batasan masalah secara jelas dan terfokus. Dalam penelitian ini peneliti membatasinya pada setting penelitian yaitu masalah yang menjadi objek penelitian hanya pada mendeskripsikan implementasi Humas Eksternal yang ada di Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Provinsi Jawa Barat yang terdapat di Kota Bandung tepatnya Jl. Braga No. 137 dalam keterbukaan informasi kepada publik. Implementasi program atau kegiatan dalam kaitannya menciptakan hubungan yang baik dengan publik luar dengan memberikan keterbukaan informasi yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku, serta bermanfaat bagi publik luar mengenai program/kegiatan dan kebijakan lembaga. Berkaitan dengan hubungan baik antara lembaga dengan Publik luar dalam memberikan keterbukaan informasi lembaga kepada pers/media massa, pihak pemerintahan, dan bidang pendidikan. Selanjutnya subjek penelitian dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap Bagian Humas Eksternal Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air, dan terhadap publik eksternal terkait.

### **1.5.2 Pengertian Istilah**

1. Implementasi diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Browne dan Wildavsky (dalam Nurdin dan Usman, 2004:70) mengemukakan bahwa “Implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan”. Adapun

Schubert (dalam Nurdin dan Usman, 2002:70) mengemukakan bahwa “implementasi adalah system rekayasa”.

2. Humas (Hubungan Masyarakat) atau yang disebut dengan Public Relations adalah gabungan dari dua kata yaitu Publik dan Relations. Harlow dalam Ruslan (2007:7-8) mengatakan, “*Public Relations* adalah fungsi manajemen khas yang mendukung pembinaan dan membangun supaya saling menguntungkan melalui komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama yang baik antara organisasi dengan publiknya”.
3. Publik eksternal adalah publik yang berada di luar lembaga yang harus diberikan penerangan/informasi yang bertujuan untuk membina hubungan baik.
4. *Press Relations* adalah “kegiatan humas dalam rangka mengatur dan membina hubungan baik dengan pihak pers”.(Yulianita, 2007:71)
5. Pembentukan kontak Pribadi adalah dasar pokok pelaksanaan hubungan dengan media. Para pejabat PR sadar bahwa keberhasilan hubungan media tergantung sepenuhnya pada kontak pribadi yang berciri informal... (Rachmadi, 1992:57)
6. *Press release* adalah siaran/pers/keterangan resmi tertulis dari instansi/perusahaan sesuatu kebijakan, kejadian khusus atau langkah-langkah yang akan diambil oleh instansi/perusahaan, yang disengaja dipersiapkan untuk pers...(Rachmadi, 1992:58)

7. *Contingency plan* adalah situasi tidak rutin yang sewaktu-waktu melibatkan media massa, misalnya permintaan wawancara dengan pimpinan lembaga/organisasi/perusahaan dan sebagainya... (Rachmadi, 1992:57)
8. *Government relations* adalah kegiatan publik relations dalam berhubungan baik dengan pihak pemerintahan.
9. *Educational relations* adalah kegiatan publik relations dalam berhubungan baik dengan lembaga-lembaga pendidikan.
10. Informasi menurut McFadden dkk (1999) mendefinisikan “informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut”.(dalam Abdul Kadir, 2002: 31)
11. Undang-Undang No. 14 tahun 2008, tentang Keterbukaan Informasi Publik adalah salah satu produk hukum Indonesia yang dikeluarkan dalam tahun 2008 dan diundangkan pada tanggal 30 April 2008 dan mulai berlaku dua tahun setelah diundangkan. Undang-undang yang terdiri dari 64 pasal ini pada intinya memberikan kewajiban kepada setiap Badan Publik untuk membuka akses bagi setiap pemohon informasi publik untuk mendapatkan informasi publik, kecuali beberapa informasi tertentu.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Wikipedia. “Undang-undang Keterbukaan Informasi” diakses pada [http://id.wikipedia.org/wiki/Undang-Undang\\_Keterbukaan\\_Informasi\\_Publik.html](http://id.wikipedia.org/wiki/Undang-Undang_Keterbukaan_Informasi_Publik.html) pada 17 Desember 20013

## **1.6 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran menjelaskan teori yang relevan dengan masalah penelitian, kemudian diturunkan ke dalam konsep-konsep/variable-variabel yang hendak diteliti.

### **1.6.1 Kerangka Teoritis**

#### **1.6.1.1 Teori Penggabungan Informasi**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori penggabungan informasi, karena teori ini berkaitan dengan keterbukaan informasi bagi publik lembaga. Publik lembaga yang menjadi fokus peneliti yaitu publik pers, publik government, dan publik educational. Berikut penjelasan mengenai teori penggabungan informasi:

Penggabungan informasi dapat dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi dan mengaturnya mengenai objek, orang, situasi, dan gagasan yang dapat berpengaruh untuk membentuk sikap atau kecenderungan untuk mengambil keputusan tindakan seseorang bagaimanapun caranya, apakah cara itu ke arah yang positif ataupun sebaliknya.”Pendekatan penggabungan informasi adalah salah satu model paling populer yang menawarkan untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Model ini bermula dengan konsep kognisi yang digambarkan sebagai sebuah kekuatan system Interaksi”.( John, 2009:111)

### 1.6.2 Kerangka Konseptual

Implementasi public relations atau Humas adalah seluruh pelaksanaan dan penerapan peran humas yang terdapat di dalam sebuah organisasi/instansi/perusahaan yang sudah terencana, dan terorganisir dengan tujuan menciptakan dan memelihara saling pengertian dan saling percaya antara perusahaan dengan publiknya, tujuan tersebut dapat diaplikasikan melalui berbagai macam kegiatan/program yang memberikan manfaat bagi perusahaan dan publiknya dalam kaitannya dengan keterbukaan informasi.

Adapun ruang lingkup Publik Relations dalam sebuah organisasi/lembaga antara lain meliputi aktivitas Membina hubungan dengan publik dalam (*public internal*) dan publik luar (*public eksternal*). Publik internal meliputi sekelompok orang yang berada di dalam sebuah organisasi/lembaga. Sedangkan publik eksternal meliputi sekelompok orang yang berada di luar sebuah organisasi/ lembaga. Sudah menjadi tugas PR untuk membina hubungan baik dengan para publiknya, karena publik-publik tersebut sangat berpengaruh terhadap kemajuan organisasi/lembaga bila mereka diperhatikan.

Namun, dalam penelitian ini, peneliti hanya akan meneliti hubungan PR dengan para publik eksternal. Dengan adanya publik eksternal dalam lingkup kegiatan PR tersebut memberikan konsekuensi pada berbagai hubungan bagi masing-masing public eksternal. Sifat hubungannya disebut hubungan eksternal. sebagai berikut:

1. *Press Relations* (hubungan dengan pihak Pers)
2. *Government Relations* (hubungan dengan pihak Pemerintahan)
3. *Community Relations* (hubungan dengan Masyarakat)
4. *Supplier Relations* (hubungan dengan Pemasok)
5. *Customer Relations* (hubungan dengan Pelanggan)
6. *Consumer Relations* (hubungan dengan Konsumen)
7. *Educational Relations* (hubungan dengan Bidang Pendidikan)
8. *General Relations* (Hubungan dengan Masyarakat) (Yulianita, 2007:70)

Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya membatasi masalah terhadap hubungan public relations dengan pihak Pers, pihak Pemerintahan, dan pihak Pendidikan. Berikut beberapa penjelasan mengenai *Press Relations*, *Government Relations*, dan *Educational Relations* :

1. *Press Relations* (Hubungan dengan pihak Pers)

Yaitu “kegiatan public relations dalam rangka mengatur dan membina hubungan baik dengan pihak pers”.(Yulianita, 2007:71)

Dari pengertian tersebut, dapat dianalisis bahwa sebagai humas khususnya humas pemerintah membina hubungan baik dengan para pihak pers/media massa. Hal tersebut dapat memberikan kemudahan perusahaan dalam memberikan informasi perusahaan yang bermanfaat bagi masyarakat tertentu melalui kerja sama media massa.

Menurut Yulianita (2007:71-74), membina hubungan baik dengan para pers dapat dilakukan dengan melalui berbagai bentuk atau cara, yaitu:

1. Keperluan untuk pemberitaan/siaran tentang perusahaan melalui *Press Release*.

Dalam hal ini kita harus menyangkutkan kepentingan umum sebab persaratan *Press Release* harus menyangkut kepentingan publikasi perusahaan adalah dengan tidak dikaitkan dengan periklanan, oleh karena itu harus memenuhi nilai berita (*news value*)...

2. Memberi petunjuk-petunjuk untuk Press Interview  
Memberi petunjuk kepada wartawan dengan “mengatur interview baik ke dalam organisasi...
3. Melakukan Kegiatan *Press Conference*  
Untuk kegiatan ini PRO harus dapat mempersiapkan diri jika ada kejadian atau peristiwa khusus, kalau bisa PRO melengkapi dengan foto-foto tentang kegiatannya (kejadian khusus baik dalam keadaan darurat “baik” maupun dalam keadaan darurat “buruk”)...
4. Menyediakan *Press Room*  
Mengenal dengan baik para karyawan dan petugas press lainnya serta mengadakan kontak yang teratur dan memberikan pelayanan serta fasilitas. Khususnya pemupukan hubungan baik antara PRO disatu pihak dengan para wartawan dilain pihak...
5. Melakukan kegiatan *Press Tour*  
Kegiatan Tour perusahaan dengan mengikut sertakan wartawan sangat beragam bentuknya. Press Tour dapat dilakukan melalui kegiatan kunjungan kerja ke kantor-kantor cabang di berbagai tempat, atau kunjungan ke perusahaan-perusahaan binaan di berbagai daerah, kunjungan ke tempat-tempat yang ada kaitannya dengan bidang kerja perusahaan tsb...
6. Menyelenggarakan *Press Reception*  
Untuk membina keakraban antara pihak lembaga dengan pihak pers, dengan mengundang wartawan dalam acara jamuan makan, yang bertempat di perusahaannya, atau di tempat-tempat lain yang sekiranya representative untuk dapat leluasa berbincang-bincang secara nonformal...(Yulianita, 2007:71-23)

Selanjutnya, bentuk kegiatan *press relations* menurut Rachmadi, sebagai berikut:

1. Pembentukan Kontak Pribadi  
Pembentukan dan pembinaan kontak pribadi menjadi dasar pokok pelaksanaan hubungan dengan media. Para pejabat PR sadar bahwa keberhasilan hubungan media tergantung sepenuhnya pada kontak pribadi yang berciri informal. Didasari dengan kejujuran dan saling pengertian...
2. *News service*  
bertujuan menyediakan bahan berita (tulisan atau gambar) untuk media massa secara aktif maupun pasif (dikirim hanya atas permintaan). Dalam



hubungan ini terdapat tiga macam wahana *public relations* yang secara tradisional digunakan dalam memberikan pelayanan jurnalistik, yaitu: (a) *news release*, (b) *news kit*, dan (c) *executive profile*...

3. *Contingency plan*

Agar diperoleh hasil yang optimal, perlu terlebih dulu dipertanyakan: (a) pengaruh (sirkulasi, popularitas) media massa yang bersangkutan, (b) dampak dan hasil wawancara, dan (c) kredibilitas pewawancaranya. Untuk menghindari salah kutip pada saat wawancara biasanya pimpinan lembaga/perusahaan disertai pejabat *public relations* yang selalu bertindak sebagai narasumber, juga merekam seluruh wawancara...

4. *Press release*

*Press release* adalah siaran/pers/keterangan resmi tertulis dari instansi/perusahaan sesuatu kebijakan, kejadian khusus atau langkah-langkah yang akan diambil oleh instansi/perusahaan, yang sengaja dipersiapkan untuk siaran pers...

5. Konferensi Pers dan *Briefing Pers*

Konferensi pers biasanya diselenggarakan oleh *public relations* dari instansi yang bersangkutan. Ada kalanya diadakan atas kerja sama antara instansi yang bersangkutan dengan direktorat humas dari departemen penerangan...

Penyelenggaraan konferensi pers dan briefing pers harus dilakukan secara efektif, sehingga menimbulkan kesan yang positif, baik yang menyangkut undangan (tertulis, lisan, atau melalui telepon), maupun dalam hal pengaturan tempat, fasilitas yang diperlukan dan lain sebagainya...

6. *Press Tour*

*Press tour* sebenarnya merupakan kegiatan diseminasi informasi yang tidak terselubung. Dengan *press tour*, suatu instansi dapat membeberkan (*expose*) sesuatu kegiatan atau proyek kepada para wartawan peserta *press tour*, yang mungkin tidak menarik untuk disiarkan sebagai berita biasa. Dengan kata lain *press tour* memberikan alasan dan kerangka bagi pers/wartawan untuk menulis hal-hal yang biasanya luput dari perhatian mereka tetapi yang ingin disebarluaskan oleh instansi yang bersangkutan...(Rachmadi, 1992:57-60)

2. *Government relations* (Hubungan dengan pihak Pemerintahan)

“Kegiatan *public relations* dalam rangka mengatur dan memelihara hubungan dengan Pemerintah, baik Pemerintah Pusat maupun Daerah atau Jawatan-jawatan resmi yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan”. (Yulianita, 2007:75)

Dari pengertian tersebut maka government relations dapat diartikan sebagai membina hubungan baik dengan pihak pemerintahan melalui kerjasama yang menyangkut masalah kebijakan pemerintah.

### 3. *Educational Relations* (Hubungan dengan Bidang Pendidikan)

“Kegiatan public relations dalam rangka mengatur dan membina hubungan baik dengan lembaga-lembaga pendidikan...” (Yulianita, 2007:80)

Berhubungan dan bekerja sama dengan lembaga-lembaga pendidikan akan sangat mempengaruhi perusahaan maupun instansi. Karena lembaga pendidikan sangat berperan penting dalam memberikan informasi kebijakan instansi yang bermanfaat terhadap lembaga pendidikan, baik pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi.

Dalam kaitannya dengan hubungan baik dengan press/media massa, pihak pemerintah, dan pihak lembaga pendidikan, lembaga pemerintah memiliki kebijakan atau peraturan yang telah ditetapkan oleh undang-undang mengenai keterbukaan informasi. Keterbukaan informasi ditetapkan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008. Bahwa bagi badan publik wajib memberikan informasi kepada publik yang bersifat terbuka dan dapat di akses oleh publik. Hal ini disebabkan karena publik memiliki hak untuk memberikan aspirasi-aspirasinya terhadap kebijakan yang dilakukan oleh lembaga pemerintah, dan publik berhak mengetahui informasi-informasi mengenai kebijakan tersebut.

Kerangka berfikir berikut merupakan serangkaian bagan-bagan yang menggambarkan alur dari penelitian Implementasi Humas Eksternal Dinas PSDA dalam Keterbukaan Informasi. Berikut adalah gambar kerangka berfikir yang berupa bagan :

