

## **Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Di Pemerintah Kota Bengkulu**

**Indria, Sapta Sari**

**Fakultas Ilmu-ilmu Sosial, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dehasen Bengkulu**

### **Abstrak**

Humas memiliki peran membentuk dan mempertahankan citra lembaga yang positif. Untuk meraih hal itu, salah satunya dapat dilakukan melalui strategi yang dilakukan melalui hubungan dengan pers. Penelitian ini berjudul Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra di Pemerintah Kota Bengkulu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bengkulu dalam meningkatkan citra di Pemerintah Kota Bengkulu. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Informan penelitian meliputi tiga macam (1). Informan kunci, yang terdiri dari pejabat pada Bagian Humas Pemerintah Kota Bengkulu. (2). Informan utama, yang terdiri dari staf pada Bagian Humas Pemerintah Kota Bengkulu dan (3). Informan tambahan, yang terdiri dari wartawan surat kabar harian. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara mendalam, pengamatan (observasi), dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data, Humas Pemerintah Kota Bengkulu memiliki strategi-strategi dalam meningkatkan citra di pemerintah Kota Bengkulu yaitu melalui hubungan dengan pers seperti strategi internal dengan membentuk tim redaksi Humas Pemerintah Kota Bengkulu agar tercipta hubungan pers yang konstruktif. Kemudian strategi eksternal, yaitu: Pertama, membuka dan membangun hubungan yang menguntungkan antara Humas Pemerintah Kota Bengkulu dengan lembaga pers. Kedua, membangun kedekatan hubungan personal dengan wartawan dan pimpinan lembaga pers. Ketiga, membuat nyaman para wartawan. dalam melakukan peliputan serta memberikan press release dan foto kegiatan secara continue. Keempat, membuat kerjasama publikasi dalam bentuk iklan (advertorial), baik berupa kerjasama publikasi dalam bentuk foto maupun berita advertorial pada media cetak maupun elektronik.

**Kata kunci: Strategi Humas, Citra Pemerintah, Hubungan Pers**

### **Abstract**

Public relations has the role of forming and maintaining a positive image of the institution. To achieve this, one of them can be done through strategies carried out through relationships with the press. This research is entitled Public Relations Strategy in Improving Image in Bengkulu City Government. The purpose of this research is to find out the strategies carried out by the Public Relations of Bengkulu City Government in improving the image of Bengkulu City Government. In this research, the type of research used is qualitative with descriptive research type. Research informants include three types (1). Key informants, consisting of officials at the Bengkulu City Government Public Relations Section. (2). Main informants, consisting of staff at the Bengkulu City Government Public Relations Section and (3). Additional informants, consisting of daily newspaper journalists. Based on the results of research and data analysis, Bengkulu City Government Public Relations has strategies in improving the image of the Bengkulu City government, namely through relations with the press such as internal strategies by forming an editorial team of Bengkulu City Government Public Relations in order to create constructive press relations. Then the external strategy, namely: First, opening and building a favourable relationship between the PR of Bengkulu City Government and press institutions. Second, building close personal relationships with journalists and leaders of press organisations. Third, making journalists comfortable in covering and providing press releases and photos of activities continuously. Fourth, making publication cooperation in the form of advertisements (advertorials), both in the form of publication cooperation in the form of photos and advertorial news in print and electronic media.

**Keywords: Public Relations Strategy, Government Image, Press Relations**

## **PENDAHULUAN**

Humas (*Public Relations*) merupakan bagian dari manajemen birokrasi pemerintahan yang salah satunya mempunyai fungsi menjalin hubungan yang harmonis dan memberikan informasi pada publik internal dan eksternal. Karena itu, Humas dituntut untuk memiliki hubungan dengan pers yang baik. Hal ini sebagai upaya menjalin kerjasama untuk mencapai tujuan dan keinginan dari suatu organisasi atau Humas. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan komunikasi dan relasi yang harus dimiliki oleh Humas. Itu artinya diperlukan pula strategi yang wajib dilakukan oleh Humas dalam menjalankan profesinya, dikarenakan hanya dengan strategi yang tepatlah serta hubungan yang konstruktif dengan pers semua tujuan yang ingin dicapai Humas dapat tercapai.

Humas Pemerintah Kota Bengkulu dibentuk atas dasar Peraturan Daerah Nomor 08 Tahun 2008 Tentang Pembentukan Susunan Organisasi Sekretariat Daerah Kota Bengkulu Dan Sekretariat DPRD Kota Bengkulu. Perda tersebut ditetapkan pada tanggal 11 Juni 2008 dan ditandatangani oleh Walikota Bengkulu H. Ahmad Kanedi. Humas Pemerintah Kota Bengkulu dalam menjalankan fungsinya sangat berkaitan erat dengan pers, begitu juga sebaliknya. Pers sebagai relasi dari Humas Pemerintah Kota Bengkulu dalam menjalankan tugas jurnalistiknya memiliki lokasi khusus, yaitu wartawan yang mendapat penugasan peliputan di Pemerintah Kota Bengkulu, umumnya menempati *press room* dibagian Humas, ini dilakukannya sebagai salah satu langkah wartawan untuk mendapatkan informasi dan berita serta menjalin hubungan komunikasi. Itu artinya memang sangat dibutuhkan relasi yang sangat baik antara humas dan pers agar apa yang diinformasikan dan dipublikasikan kepada publik, baik itu publik internal maupun eksternal dapat berkualitas. Sebagai upaya hubungan yang konstruktif dengan pers, maka tidak berlebihan bila hubungan menjalankan yang baik antara Humas dengan pers merupakan aset yang sangat penting. Ini juga merupakan bagian dari meningkatkan citra atau reputasi pada publik internal dan eksternal. Hubungan yang konstruktif dengan pers yang terjalin tersebut merupakan aset yang sangat penting. Untuk itu, dalam menciptakan aset penting tersebut, Humas Pemerintah Kota Bengkulu tidak dengan gampang untuk melakukannya. Diperlukan strategi yang tepat untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pers. Karena sejatinya Humas Pemerintah Kota Bengkulu juga dituntut memiliki kekuatan media relations yang artinya kekuatan membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi, agar proses dalam mencapai tujuan pencitraan pemerintah berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Strategi Humas (*Public Relations*)**

Pelaksanaan kegiatan humas memerlukan perencanaan strategi yang baik agar dapat berjalan dengan lancar. Adnanputra dalam Ruslan (2016:133) mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dari proses manajemen. Adapun tahap-tahap strategi *public relations* yang dijelaskan oleh Ruslan (2017:135) yaitu: pertama, komponen sasaran, umumnya adalah para *stakeholder* dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Kedua, komponen sarana yang pada strategi humas berfungsi untuk mengarahkan.

Ruslan dalam Firsan Nova (2014:41) menjelaskan bahwa terdapat tujuh strategi hubungan masyarakat, antara lain sebagai berikut:

**1. Publications (Publikasi)**

Humas memiliki fungsi untuk menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik. Humas bertugas menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui Kerjasama dengan pihak pers/wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

**2. Event (Kegiatan)**

Kegiatan atau *event* bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri ke publik dan dapat mempengaruhi opini publik. Adapun beberapa jenis *event* antara lain: pertama, *calendar event* meliputi kegiatan rutin yang selalu diselenggarakan pada waktu tertentu, seperti menyambut hari raya Idul Fitri, hari Natal, Tahun Baru dan hari ulang tahun. Kedua, *special event* yaitu kegiatan yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen tertentu di luar acara rutin dari program kerja humas, seperti peluncuran produk baru (*product launching*), pembukaan kantor, pabrik baru, jalan baru, dan Gedung baru. Ketiga, *moment event* merupakan atau lebih khusus lagi, misalnya menyambut pesta perak, persam emas, hingga menghadapi millenium.

**3. News (Menciptakan Berita)**

Humas berupaya menciptakan berita melalui *press release, newsletter, bulletin*, dan lain-lain. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas. Cutlip dan Center dalam Fajri (2017:99) menjelaskan beberapa bagian dan fungsi humas yang salah satunya adalah *press agentry*. Cutlip dan Center menyebutkan bahwa banyak praktisi humas yang menggunakan taktik *press agentry* untuk menarik perhatian media kepada kliennya, organisasinya, atau tujuannya.

**4. Community Involvement (Kepedulian pada Komunitas)**

Keterlibatan tugas sehari-hari seorang humas adalah mengadakan kontak sosial dengan publik guna menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya. Cutlip dan Center dalam Fajri (2017:99) menjelaskan bahwa humas memiliki fungsi dalam bidang *public affair*. Bagian khusus dari humas yang membangun dan mempertahankan hubungan pemerintah dan komunitas lokal dalam rangka mempengaruhi kebijakan publik.

**5. Inform of Image (Memberitahukan atau Meraih Citra)**

Humas memiliki fungsi utama untuk memberikan informasi kepada publik sehingga dapat menarik perhatian. Hal ini diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif. Fayol dalam Firsan Nova (2014:43) menjelaskan bahwa salah satu sasaran kegiatan yang dilakukan oleh humas adalah membangun identitas dan citra perusahaan.

**6. Lobbying and Negotiation**

Humas harus memiliki keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi. Tujuan dari melakukan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan.

**7. Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial)**

Tanggung jawab sosial harus dimiliki oleh seorang humas untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Saat ini banyak perusahaan menjadikan kegiatan sosial sebagai aktivitas yang harus dilakukan. Bentuknya beragam seperti peduli banjir, memberikan beasiswa, santunan anak yatim, pengobatan gratis dan masih banyak kegiatan lainnya.

## **Citra**

Ruslan (2016:75) menjelaskan bahwa citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Katz dalam Ruliana (2016:236) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas.

Effendi (1992) dalam bukunya *Dinamika Komunikasi* menyebutkan ada empat kegiatan hubungan pers yaitu: *Jumpa pers (press conference)*, *Wisata pers (press tour)*, *Siaran pers (press release)*, *Periklanan (advertising)*.

Pertama, *Jumpa Pers* atau konferensi pers merupakan salah satu bagian dalam menjalin hubungan dengan pers. Menurut Jefkins (1996), konferensi pers (*press conference*) adalah sebuah pertemuan para jurnalis yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang tengah dibicarakan. Materi yang dibahas biasanya merupakan sebuah peristiwa penting dan besar, maka penyelenggaraan jumpa pers ini bisa atas inisiatif lembaga humas, bisa pula atas permintaan wartawan yang menginginkan informasi lebih lengkap tentang peristiwa menarik yang terjadi di masyarakat.

Kedua, *wisata pers (Press Tour)* merupakan bentuk kegiatan hubungan pers yang lain berupa kunjungan pers atau *press tour*. Kegiatan ini biasanya hanya dilakukan oleh lembaga-lembaga yang besar baik swasta maupun pemerintahan. *Press tour* yaitu kegiatan tour perusahaan dengan mengikutsertakan wartawan. *Press tour* ini di antaranya melalui kunjungan kerja ketempat-tempat yang ada kaitannya dengan bidang kerja perusahaan. (Yulianita, 1999).

Ketiga, *Press Release* merupakan media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita. Istilah *press release* mempunyai pengertian yang luas, tidak hanya berkenaan dengan media cetak, seperti surat kabar dan majalah, tetapi juga media elektronik seperti radio dan televisi.

Djaya (1985) mengemukakan *press release* adalah pengiriman berita yang sudah jadi kepada surat kabar atau media lainnya, termasuk radio dan televisi. Materinya menyangkut hal-hal yang penting yang ingin disampaikan kepada orang ramai, mengenai usaha dan aktivitas perusahaan dan organisasi.

Keempat *Periklanan (Advertising)*, merupakan salah satu upaya dalam menjalin hubungan dengan pers, artinya komersialisasi juga bagian dalam langkah meningkatkan hubungan pers.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode pengkajian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif, dimana peneliti mendeskripsikan atau merekonstruksi wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian. Syaodih (2007) mengemukakan penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang paling dasar, ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah atau rekayasa manusia. Berdasarkan uraian di atas

maka peneliti menentukan informan dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu angka pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009). Adapun kriteria yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah informan yang memiliki wewenang dan berkompeten pada Bagian Humas Pemerintah Kota Bengkulu, dan jurnalis yang memiliki pos liputan di Pemerintah Kota Bengkulu. Adapun teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Selanjutnya teknik analisa data. Bungin (2003) mengemukakan langkah-langkah menganalisis data pada studi kasus yaitu: "Peneliti memulai mengorganisir informasi, membaca keseluruhan informasi dan memberi kode, membuat suatu uraian terperinci mengenai kasus dan konteksnya, kemudian peneliti menetapkan pola dan mencari hubungan antara beberapa kategori, selanjutnya peneliti melakukan interpretasi dan mengembangkan generalisasi natural dari kasus baik untuk peneliti maupun untuk penerapannya pada kasus yang lain, kemudian menyajikan secara naratif,"Data-data yang diperoleh akan dianalisis, disusun, diperinci secara sistematis dan selanjutnya diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan.

Untuk menghasilkan sumber data kualitatif yang kredibel dan akurat. Peneliti juga akan melakukan pengujian keabsahan data yaitu dengan mengadakan *member check*, Bungin (2003) mengemukakan *member check* yaitu menguji kemungkinan dugaan-dugaan yang berbeda dan mengembangkan pengujian-pengujian untuk mengecek analisis, dengan mengaplikasikannya pada data, serta dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan tentang data. Dengan demikian diharapkan informasi dan data yang didapat dapat benar-benar kredibel dan akurat, yang sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Humas dalam Menjalinkan Hubungan dengan Pers yang Konstruktif**

Dalam menjalin hubungan dengan pers, Humas Pemerintah Kota Bengkulu memiliki strategi khusus, ini dilakukan sebagai langkah untuk mencapai fungsi yang maksimal dalam menjalankan peran Humas Pemerintah Kota Bengkulu yang salah satunya membangun, membentuk dan mempertahankan citra positif Pemerintah Kota Bengkulu. Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Bengkulu, strategi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bengkulu terbagi menjadi dua yaitu strategi intern dan strategi ektern.

Berikut hasil kutipan wawancara peneliti dengan Kepala Bagian Humas Pemda Kota Bengkulu Suryawan, M. Si ketika diwawancarai pada 12 Juni 2018 Pukul 12.30 WIB mengatakan bahwa:

*"Strategi Humas Pemerintah Kota Bengkulu dalam hubungan pers yang konstruktif, secara internal membentuk tim redaksi Humas Pemerintah Kota Bengkulu. Aparatur tim redaksi ini wajib memahami tupoksi (Tugas Pokok dan Fungsi) dalam kerjanya agar tercipta hubungan pers yang konstruktif antara Humas Pemerintah Kota dengan pers..."*

Pada wawancara selanjutnya, Kepala Bagian Humas Pemda Kota Bengkulu Suryawan, M, Si ketika diwawancarai peneliti pada 12 Juni 2018, Pukul 12.45 WIB menjelaskan bahwa:

*"Secara eksternal strategi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bengkulu adalah: Pertama, membuka dan membangun hubungan yang menguntungkan antara Humas*

*Pemerintah Kota Bengkulu dengan lembaga pers. Ke dua, membangun kedekatan hubungan personal dengan wartawan dan pimpinan lembaga pers. Ke tiga, membuat nyaman para wartawan dalam melakukan peliputan serta memberikan press release dan foto kegiatan secara continue. Ke empat, membuat kerjasama publikasi dalam bentuk iklan (advertorial), baik berupa kerjasama publikasi dalam bentuk foto maupun berita advertorial pada media cetak maupun elektronik..."*

Strategi tersebut juga diperkuat oleh pernyataan Kasubbag Dokumentasi dan Naskah Pidato Gusti Imansyah, S. Sos, ketika diwawancarai pada 12 Juni 2018 Pukul 13.15 wib:

*"Dalam melakukan strategi untuk menjalin hubungan dengan pers yang baik, tidak hanya Kepala Bagian Humas saja yang harus membangun hubungan personal terhadap pers. Tetapi juga mulai dari Kasubbag hingga seluruh staf harus menjalin hubungan yang baik dengan pers, begitu juga dalam hal kerjasama dalam peliputan...."*

Hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti pada Humas Pemerintah Kota Bengkulu telah tercipta hubungan saling pengertian antara pihak Pemerintah Kota Bengkulu dengan pihak pers dan lembaga pers. Berdasarkan pengamatan peneliti, Humas Pemerintah Kota Bengkulu memiliki frekuensi penerbitan *press release* dan berita yang sangat produktif, dalam satu hari kerja dan satu hari libur, *press release* yang diterbitkan mencapai 2 (dua) *press release* bahkan lebih, sesuai dengan jumlah kegiatan disetiap harinya. Jika dirata-rata dalam satu hari dua *press release*, berarti didalam satu minggu (6 hari kerja dan 1 hari libur/ hari minggu) *press release* yang diterbitkan mencapai 14 (empat belas) *press release*, dan dalam satu bulan mencapai 56 (lima puluh enam) *press release* dan 3 (tiga) *press release* yang diterbitkan setiap minggu khusus untuk media elektronik seperti radio dan televisi. Pada dasarnya dalam menjalin hubungan dengan pers, Humas Pemerintah Kota Bengkulu membuat pers yang melakukan peliputan nyaman, diantaranya melalui disediakannya *press room* (ruangan pers). Di *press room* tersebut, wartawan yang akan melakukan peliputan di Sekretariat Pemerintah Kota Bengkulu dapat berkumpul dan berbincang-bincang membahas berita yang akan diliput. Pada *press room* ini jugalah tempat konferensi pers diadakan, meskipun berdasarkan pengamatan peneliti konferensi pers hanya dilakukan untuk berita-berita tertentu saja (konferensi pers di ruangan Humas jarang dilakukan, karena juga dilakukan di ruang kerja walikota, wakil walikota, dan balai kota).

### **Strategi Redaksi Humas**

Untuk melakukan pencitraan Pemerintah Kota Bengkulu, Bagian Humas Pemerintah Kota Bengkulu sebagai garda terdepan dalam membangun citra yang positif secara ekstern maupun intern juga memiliki tim redaksi sebagaimana yang dimiliki oleh media massa, tim redaksi ini bertugas untuk mengelola kegiatan peliputan sebagai upaya untuk menghasilkan produk humas yang berkualitas dan kredibel demi membentuk hubungan dengan pers yang maksimal. Sebagaimana yang terungkap dalam wawancara peneliti terhadap Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Bengkulu Suryawan Halusi, M. Si pada 13 Juni 2018 Pukul 13.00 WIB yang mengatakan bahwa:

*"Tim redaksi Humas Pemerintah Kota Bengkulu dibentuk sebagai langkah untuk menghasilkan berita-berita dan foto yang berkualitas yang untuk dipergunakan sebagai bahan pencitraan ke media massa maupun pihak-pihak yang memiliki kepentingan,"*

Teknisnya adalah, agenda kegiatan walikota dan wakil walikota setiap pagi hari diterima oleh Bagian Humas dari staf walikota dan wakil walikota. Agenda kegiatan tersebut kemudian dikoordinasikan oleh Kepala Bagian Humas dan Kepala Sub Bagian Pelayanan dan Informasi serta Kepala Sub Bagian Dokumentasi dan Naskah Pidato, yang kemudian ke dua Kepala Sub Bagian tersebut memberitahukan agenda kegiatan yang harus diliput kepada staf humas yang piket pada hari agenda tersebut. Oleh kepala sub bagian humas dan kepala bagian humas, dan jika klasifikasi berita yang akan dikirim ke media massa tersebut menyangkut hal-hal sangat sensitif tentang citra kepala daerah dan wakil kepala daerah, maka berita tersebut terlebih dahulu juga dikoreksi oleh kepala daerah, dalam hal ini walikota Bengkulu. Setelah itu, keesokan harinya juga dilakukan evaluasi terhadap berita-berita hasil humas yang terbit di media massa terkhusus media cetak lokal harian. Jika berita dari humas terbit dengan bagus di media cetak lokal harian tersebut, maka evaluasi yang dilakukan selanjutnya adalah melihat berbagai pemberitaan yang menyangkut berita-berita pemerintah kota Bengkulu yang dinilai berdampak negatif terhadap citra pemerintah kota Bengkulu, ini dilakukan agar Humas Pemerintah Kota Bengkulu dapat segera merespon pemberitaan yang dinilai negatif tersebut.

*"Humas setiap hari selalu melakukan pengidentifikasian terhadap berita-berita di media cetak lokal, dan televisi lokal yang dinilai menjatuhkan citra pemerintah kota Bengkulu, misalnya berita tentang program pembangunan yang gagal. Humas tidak serta merta menerima pemberitaan tersebut, setelah mengidentifikasi, humas juga akan menganalisis pemberitaan yang negatif tersebut, serta menetapkan strategi pilihan untuk menghadapi berita tersebut..."*

Namun, sebagai upaya strategi pencitraan melalui berita *advertorial* yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bengkulu, tercipta hubungan ketidaksetaraan antara Humas Pemerintah Kota Bengkulu dengan pers, hal ini didasari oleh Humas Pemerintah Kota Bengkulu yang selalu menerbitkan berita berkategori *advertorial* kepada pers jika ada pemberitaan negatif tentang Pemerintah Kota Bengkulu. Di satu sisi hal ini memang sangat menguntungkan bagi Pemerintah Kota Bengkulu, namun di sisi lainnya pers yang memiliki pos liputan di Pemerintah Kota Bengkulu cenderung "enggan" memberitakan berita-berita prestasi ataupun pencitraan untuk Pemerintah Kota Bengkulu.

### **Strategi Humas dalam meningkatkan Citra di Pemerintah Kota Bengkulu**

Berdasarkan pengamatan peneliti, hubungan pers yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bengkulu dalam meningkatkan citra pemerintahnya, lebih dominan terhadap media cetak. Hal ini didasari atas banyaknya alokasi kerjasama informasi dengan media massa berbentuk Koran. Hasil yang peneliti dapati, terdapat tiga Koran harian lokal Bengkulu yang memiliki hubungan yang sangat kuat terdapat Humas Pemerintah Kota Bengkulu, baik itu dalam hubungan pers maupun kerjasama yakni. Surat Kabar Harian Rakyat Bengkulu, Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspres, Surat Kabar Harian Radar Bengkulu. Sementara itu, untuk media cetak dan elektronik lainnya tidak seperti itu. Ini menandakan hubungan pers yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bengkulu sejak terbentuk sampai saat ini lebih cenderung memiliki hubungan terhadap pers dari media cetak harian saja, akan tetapi untuk media elektronik seperti TV dan radio hubungan pers yang terjalin selama ini tetap berjalan, namun kurang mendominasi.

Selain itu, Humas Pemerintah Kota Bengkulu juga sangat minim dalam melakukan *press tour* (wisata pers) sebagaimana yang ada pada buku *Dinamika Komunikasi* karya Effendi (1992) yang menyebutkan bahwa ada empat kegiatan hubungan pers yaitu *press conference* (*konferensi pers*), *press tour* (*wisata pers*), *press release* (*siaran pers*), *advertising* (*periklanan*). *Press tour* yang sangat minim dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bengkulu, peneliti peroleh dari tidak adanya data-data yang mengarsipkan agenda *press tour* di bagian humas. Karena itu, hubungan pers yang dilakukan dari sisi *press tour* belum maksimal, padahal *press tour* merupakan salah satu kegiatan yang dapat membangun hubungan pers yang baik. Sedangkan untuk hubungan pers melalui kegiatan *press conference*, *press release* dan *advertising* sudah dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bengkulu. Kepala Bagian Humas Selda Kota Suryawan Halusi, M. Si pada 13 Juni 2018 Pukul 11.30 WIB mengatakan:

*"Bahwa dalam melakukan strategi hubungan pers, Humas Pemerintah Kota Bengkulu secara aktif melakukan kegiatan press release, advertising, press conference. Namun untuk press tour, Humas Pemerintah Kota Bengkulu masih sangat minim, dikarenakan untuk melakukan kegiatan press tour membutuhkan dana yang besar. Sejauh ini, press tour yang pernah dilakukan Humas Pemerintah Kota Bengkulu diantaranya adalah melibatkan pers dalam pengambilan nama-nama kelulusan CPNS (Calon Pegawai Negeri Sipil) di Universitas yang ada di Jakarta,"*

Untuk memaksimalkan publikasi, umumnya bagian humas juga berhubungan dengan pengelolaan website, namun hasil pengamatan peneliti, pada Humas Pemerintah Kota Bengkulu, pengelolaan website Pemerintah Kota Bengkulu tidak dikelola oleh Humas Pemerintah Kota Bengkulu, melainkan dikelola oleh Bappeda (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah) Kota Bengkulu. Hasil pengamatan peneliti, website Pemerintah Kota yang bearalamat di [www.bengkulukota.go.id](http://www.bengkulukota.go.id) memuat berbagai informasi tentang program-program pembangunan, visi dan misi kota Bengkulu, hingga berita-berita yang menyangkut program yang dijalankan Pemerintah Kota Bengkulu. Namun, belum ada kerjasama yang maksimal antara Humas dan Bappeda Kota Bengkulu, ini terlihat dari berita-berita yang dipublikasikan di website lebih dominan mengutip dari berita online surat kabar lokal di Bengkulu. Padahal sebagian dari berita mengenai Pemerintah Kota Bengkulu diberita online surat kabar lokal seperti Rakyat Bengkulu, Bengkulu Ekspres, Radar Bengkulu adalah hasil *press release* dan berita pencitraan yang dihasilkan oleh Bagian Humas Pemerintah Kota Bengkulu.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Humas Pemerintah Kota Bengkulu memiliki strategi hubungan pers yaitu pertama, strategi intern yaitu dengan membentuk tim redaksi Humas Pemerintah Kota Bengkulu agar tercipta hubungan pers yang konstruktif. Kedua strategi ekstern, yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bengkulu membuka dan membangun hubungan yang menguntungkan antara Humas Pemerintah Kota Bengkulu dengan lembaga pers, membangun kedekatan hubungan personal dengan wartawan dan pimpinan lembaga pers, membuat nyaman para wartawan dalam melakukan peliputan serta memberikan *press release* dan foto kegiatan secara *continue*, membuat kerjasama publikasi dalam bentuk iklan (*advertorial*), baik berupa kerjasama publikasi dalam bentuk foto



maupun berita advertorial pada media cetak maupun elektronik. Strategi Humas Pemerintah Kota Bengkulu yang dilakukan melalui kerjasama media berdampak konstruktif, baik untuk kepentingan Pemerintah Kota Bengkulu begitu juga dengan pihak pers. Strategi Humas dalam meningkatkan citra di Pemerintah Kota Bengkulu melalui hubungan pers yang dilakukan dari sisi *press tour* belum maksimal, padahal *press tour* merupakan salah satu kegiatan yang dapat membangun hubungan pers yang baik dan dapat mengangkat citra pemerintah menjadi lebih baik dimata publik dan pers. Sedangkan untuk hubungan pers melalui kegiatan *press conference*, *press release* dan *advertising* sudah dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bengkulu.

## Saran

1. Humas Pemerintah Kota Bengkulu idealnya memaksimalkan penerbitan dan pengiriman *press release* dengan frekuensi yang sama antara media cetak dan elektronik, sehingga hubungan pers (*press relations*) yang dilakukan tidak hanya terfokus pada media cetak saja.
2. Humas Pemerintah Kota Bengkulu masih minim melakukan kegiatan pers seperti *press tour* (wisata pers), *press conference* (jumpa pers) yang sangat minim dilakukan di *press room* Humas Pemerintah Kota Bengkulu. Sehingga untuk memaksimalkan kegiatan hubungan pers tersebut harus dilakukan inovasi-inovasi program yang berkelanjutan demi meningkatkan citra pemerintah kota Bengkulu di mata publik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afkarina, Nur Izza. (2018). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan*. Jurnal Pendidikan Vol.5, No.2 Hlm 224
- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- \_\_\_\_\_.(2007). *Penelitian Kualitatif*. Prenada Media Group: Jakarta.
- Djaja, Danan, (2011). *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Bandung: Alumni UPN Veteran Bandung: Remadja Karya
- Iriantara, Yosol, (2008). *Media Relations konsep, pendekatan dan praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank, (1996). *Public Relations*, Jakarta, Erlangga
- Kasali, Rhenald. (1994). *Manajemen Public Relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia* Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- \_\_\_\_\_, (2000). *Manajemen Public Relations*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nova, Firsan. (2014). *Crisis Public Relations*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Ruliana, P. (2016). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya*
- Satlita, L. (2006). *Membangun Citra Positif Organisasi Melalui Public Relations*. Lensa UNY, 6(1), 70-81
- Sugiyono. (2009). *Statistika untuk Penelitian*, Jakarta: Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung Remaja Rosdakarya
- Yulianita, Neni, 1999. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

## Undang-Undang:

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.