

PROGRAM DAN KEGIATAN HUMAS SEKRETARIAT DAERAH ACEH DALAM MENJALANKAN HUBUNGAN MEDIA

Eva Hazmaini

Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
eva.hazmaini@gmail.com

Abstract

This article discusses the programs and public relations activities of Humas Sekretariat Daerah Aceh in carrying out relations with the media that are related to one another. PR programs and activities undertaken to build a positive image of government. The conceptual used is Public Relations within Government agencies according to Cutlip & Center. The method used in this paper is qualitative with a descriptive approach. The results of this study indicate that the efforts made by PR with the media through various formal and informal programs such as coffee morning, press releases, press conferences, hospitality with media leaders and so forth. Thus the relationship that exists between PR and the media can run well so that it can facilitate the Public Relations in publishing news about the Aceh government.

Keywords: *Public Relations, Media Relations, PR Government*

Abstrak

Artikel ini membahas tentang program dan kegiatan Humas Sekretariat Daerah Aceh dalam menjalankan hubungan dengan media yang memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Program dan kegiatan Humas yang dilakukan untuk membangun citra positif pemerintahan. Konseptual yang digunakan adalah Humas dalam lembaga Pemerintahan menurut Cutlip & Center. Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan Humas dengan media melalui berbagai program formal dan informal seperti *coffee morning, press release*, konferensi pers, silaturahmi dengan pimpinan media dan lain sebagainya. Dengan demikian hubungan yang terjalin antara Humas dengan media dapat berjalan dengan baik sehingga dapat mempermudah Humas dalam memublikasikan pemberitaan mengenai pemerintah Aceh.

Kata Kunci: *Humas, Hubungan media, humas pemerintahan*

A. Pendahuluan

Hubungan Media (*Media relations*) selalu menjadi hal terpenting dalam aktivitas Humas dan praktisi *public relations*, karena setiap kegiatan Humas pastinya selalu menyangkut tentang campur tangan media. Jadi, bisa dikatakan bahwa pekerjaan Humas adalah pekerjaan media.¹

Dalam menjalankan hubungan Humas dan media tentunya terjadi hubungan pasang dan surut. Media bisa saja memberikan keuntungan publikasi kepada pemerintahan, namun terkadang juga bisa gagal dan berefek kepada pihak pemerintahan. Meski demikian, menjalin hubungan baik dengan media merupakan salah satu tugas untuk membangun citra baik pemerintahan.² Sebagaimana definisi Humas dari *Webster's New World Dictionary* yang dikutip oleh Frazier Moore, yaitu

“Hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas, khususnya fungsi-fungsi koperasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri.”³

Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh dalam menjalankan tugasnya tidak terlepas dari media massa. Humas selalu mengirimkan rilis sebagai transparansi kerja pemerintahan kepada media. Hal ini dimaksudkan agar media memuat berita mengenai pemerintahan sesuai dengan apa yang Humas inginkan. Namun pada kenyataannya tidak semua berjalan mulus seperti yang diharapkan Humas. Media pastinya memiliki selera sendiri dalam menyajikan berita. Ketika Humas mengirimkan rilis berupa suatu kegiatan pemerintahan kepada media, media memiliki hak untuk merubah sesuai keinginan mereka. Bisa jadi rilis tersebut dimuat sebagai berita, bisa jadi justru masuk ke tong sampah redaksi. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh kasubbag Peliputan dan Media Massa bahwa ada

¹Dedy Riyadin Saputro, *Aktivitas Humas Dalam Menjalankan Media Relation*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga), hal. 2

²Dedy Riyadin Saputro, *Aktivitas Humas Dalam Menjalankan Media Relation*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga), hal. 1

³Frazier Moore, *HUMAS Membangun Citra Dengan Komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 6

media yang bisa diajak bekerjasama namun ada pula media yang tidak bisa diajak untuk bekerjasama.⁴

Humas juga memerlukan media yang berperan penting dalam melaksanakan tujuan tersebut. Perkembangan media massa yang semakin maju membuat aktivitas Humas semakin lebih mudah. Komunikasi jangkauan luas media massa bisa memberikan informasi dalam jangkauan besar dalam waktu bersamaan.

Dalam hal ini, media juga berfungsi sebagai corong suara rakyat. Media sebagai alat yang bisa menyuarakan pikiran dan gagasan rakyat. Hal ini sebagaimana yang tercantum pada elemen ke enam dalam *Sembilan Elemen Jurnalisme* oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, yaitu memantau kekuasaan dan menyambung lidah yang tertindas.⁵ Dengan demikian, maka Humas dan media sama-sama berperan aktif sebagai alat penyampaian pesan kepada masyarakat.

Sebagaimana yang dikutip oleh Belinda Devi Larasanti Siswanto, Marshall McLuhan mengatakan bahwa media itu "*The Extension of Man*" (media itu perluasan manusia). Bisa dikatakan media adalah kepanjangan tangan dari manusia, apa yang diinginkan oleh manusia dapat diperpanjang jangkauannya oleh media, terlebih lagi oleh media hibrida yang dapat menerobos ruang dan waktu untuk dapat mengaksesnya.⁶

Berbeda dengan *Public Relations*, bagi wartawan dan pekerja media lainnya, yang menjadi penekanan penting dari sebuah pemberitaan adalah keakuratan sebuah berita. Dalam pandangan mereka, masyarakat harus mendapatkan berita yang sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi. Masyarakat mempunyai hak untuk mendapatkan informasi seperti apa yang seharusnya mereka dapatkan. Sebuah berita tidak boleh membohongi masyarakat. Tuntutan wartawan ini jelas sekali sangat bertentangan dengan apa yang dikehendaki oleh *Public Relation*. Penyampaian berita yang faktual, akurat dan apa adanya, jelas

⁴ Hasil wawancara dengan Kasubbag Peliputan dan Media Massa, M. Gade., ST

⁵ Bill Kovach & Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme*, (Jakarta: Yayasan Pantau, 2006), hal. 141

⁶ Belinda Devi Larasati Siswanto & Firda Zulivia Abraham, Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan, *Jurnal Penelitian Komunikasi (Online)*, Juni (2016), Diakses 20 September 2018

bukanlah cara untuk membangun citra, terlebih ketika perusahaan atau organisasi ini sedang mengalami suatu permasalahan atau mengalami konflik. Pemberitaan tentang konflik atau permasalahan yang terjadi dalam suatu perusahaan secara jujur dan apa adanya jelas merusak citra perusahaan tersebut.

Jika permasalahan ini dibiarkan, maka akan menghambat proses pencapaian tujuan dari Humas dalam melaksanakan tugasnya, khususnya yang terkait dengan media. Humas ingin agar media selalu bekerja sama dalam pembangunan dan pemerintahan, sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang berimbang.

Untuk itu, penggunaan strategi yang baik oleh Humas untuk membangun hubungan baik dengan para wartawan merupakan kegiatan yang penting. Dengan hubungan baik yang terbentuk antara Humas Sekretariat Daerah Aceh dan jurnalis media, akan diikuti oleh jumlah berita positif tentang pemerintahan yang jumlahnya lebih banyak dari berita negatif pada setiap bulannya. Berita yang disajikan merupakan realitas simbolik, realitas yangkalimat, yang tersusun sistematis, terstruktur.⁷

Dengan menyadari pentingnya peran media terhadap aktivitas Humas Sekretariat Daerah Aceh, maka peneliti ingin mengetahui lebih rinci tentang hubungan yang dibangun Humas dengan media, sehingga menimbulkan simbiosis mutualisme. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pertanyaan yang dijawab dalam penelitian ini adalah: apa saja program dan kegiatan Humas Sekretariat Daerah Aceh dalam Menjalankan hubungan media.

B. Konseptual

1. Humas Pada Lembaga Pemerinntahan

Peraturan Pemerintah nomor 38 tahun dan Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 mengamanatkan adanya pemisahan tugas antara Humas dengan

⁷Nugrahaning Esa Pratiwi dkk, *Aktivitas Media relations* Humas Setda KotaSalatiga Dalam Membentuk Berita Positif, *Jurnal Komunikasi ASPIKOM (Online)*, Vol.2, No.5, Juli (2015) 602013604@student.uksw.edu Diakses 20 September 2018

urusan informasi dan komunikasi. Humas yang merupakan bagian dari sekretariat tidak melaksanakan urusan komunikasi dan informatika. Urusan ini harus dilaksanakan oleh lembaga teknis. Tetapi, di beberapa pemerintah daerah, humas masih melaksanakan urusan komunikasi dan informatika, seperti pelayanan internet, penyebarluasan informasi, pelayanan informasi yang termasuk dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, serta pengadaan dan pemeliharaan sarana komunikasi. Padahal, berdasarkan PP Nomor 38 Tahun 2007 dan PP Nomor 2007, tugas-tugas tersebut harus dilaksanakan oleh lembaga teknis yang melaksanakan urusan komunikasi dan informatika.

Reputasi, keburuntungan, bahkan eksistensi lanjutan suatu instansi/lembaga, dapat bergantung dari keberhasilan humas menafsirkan target publik untuk mendukung tujuan dan kebijakan dari instansi tersebut. Seorang pejabat humas menyajikan review tersebut sebagaimana halnya seorang konsultan atau seorang penasehat. Selain itu, humas juga membangun dan memelihara hubungan positif dengan publik.

Humas pemerintahan pada dasarnya tidak bersifat politis. Bagian humas di institusi pemerintah dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromasikan kebijakan-kebijakan mereka. Memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana serta hasil-hasil kerja institusi serta memberikan pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundangan-perundangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Selain keluar, humas pemerintahan dan politik juga memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan, ataupun yang sedang diusulkan. Seiring dengan tuntutan transparansi dari masyarakat luas sebagai publik pemerintah secara umum telah diterima sejak lama.⁸

Sesuai peranannya sebagai pengabdian untuk kepentingan umum, sebagai mediator antara pimpinan dengan publik, dan sebagai dokumentator, maka

⁸Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintahan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) hal. 81-

program Humas dititik beratkan pada: Program Pelayanan, Program Mediator dan Program Dokumentator.

Mengenai kedudukan Humas dalam lembaga Pemerintahan, Cutlip & Center, mengatakan bahwa idealnya humas dimasukkan dalam staf inti, langsung berada di bawah pimpinan (*decision makers*), atau *top managers*, supaya lebih mampu dalam menjalankan tugasnya. Dengan posisi itu, ia dapat mengetahui langsung latar belakang dari suatu keputusan yang diambil oleh pimpinan lembaga, sehingga ia langsung mendapat bahan informasi untuk disampaikan kepada publik yang bersangkutan. Sebagaimana diketahui, Humas di dalam menjalankan fungsinya mengemban tugas guna melayani kepentingan publik, yang pada akhirnya membangun citra kantor atau organisasi di mana Humas itu berada. Humas Pemerintah mempunyai peran penting dalam membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik, sehingga Humas Pemerintah memosisikan sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media. Hal ini berarti humas pemerintahan bertugas menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat.⁹

Pemerintah dan masyarakat harus melakukan komunikasi yang harmonis. Komunikasi dua arah sangatlah diperlukan dalam menunjang setiap kegiatan pembangunan. Disamping media, pelaku komunikasi juga dituntut untuk memiliki skil khusus sehingga setiap pesan dengan mudah dimengerti oleh masyarakat.¹⁰

Humas pemerintah pada dasarnya tidak bersifat politis, humas pemerintahan dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan pemerintahan, memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana tentang peraturan dan perundangundangan, dan segala sesuatunya yang berpengaruh kepada kehidupan masyarakat (Ardianto, 2009).

⁹Amiruddin Z, Fungsi Humas Pemerintah Kota Binjai Dalam Penyebaran Informasi Kebijakan Publik, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan, Vol.17,No.2, Desember (2016),amir010@kominfo.go.id Diakses 20 September 2018

¹⁰ Nurdin, T. Z. (2018). Komunikasi pembangunan masyarakat; sebuah model Audit sosial multistakeholder. *Jurnal Peurawi*, 1(1).

Humas instansi pemerintahan yang memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan humas pada umumnya, membutuhkan dasar hukum yang jelas dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Terlebih, efek dari kinerja humas instansi pemerintah sangat luas dan tidak terbatas kepada sekelompok publik tertentu (Wahyu Nilla Sari, 2012). Perbedaan tersebut terletak pada orientasi pelaksanaan pekerjaan yang tidak berusaha memperoleh keuntungan berupa materi tetapi pada kepuasan masyarakat akan kinerja pemerintah.¹¹

2. Hubungannya Media

Public Relations sebagai fungsi komunikasi dalam organisasi dan sebagai profesi, saat ini telah berkembang cukup baik di Indonesia. Fungsi PR yakni menyampaikan informasi kepada khalayak, telah dilakukan oleh berbagai pihak sejak awal Indonesia merdeka. Hal ini terlihat pada pengumuman kemerdekaan Republik Indonesia yang telah dideklarasikan oleh Proklamator Soekarno-Hatta yang kemudian bisa tersebar ke seluruh penjuru daerah di Indonesia bahkan ke luar negeri. Media yang melakukan fungsi PR ini antara lain adalah Radio Republik Indonesia. Sedangkan PR sebagai profesi mulai dikenalkan oleh perusahaan-perusahaan Belanda yang diambilalih oleh pemerintah Indonesia, seperti perusahaan penerbangan Garuda serta perusahaan-perusahaan minyak asing. PR dan perusahaan minyak asing menjalankan fungsi untuk melakukan pendekatan dan negosiasi kepada pemerintah Indonesia yang berkaitan dengan perjanjian kerjasama penambangan minyak di wilayah RI.¹²

Jadi, pada dasarnya Indonesia sudah memiliki PR pada masa kemerdekaan Republik Indonesia. Waktu itu seseorang yang bertugas sebagai PR menggunakan media radio sebagai alat menyampaikan pesan kemerdekaan kepada seluruh masyarakat Indonesia maupun mancanegara.

¹¹Nugrahaning Esa Pratiwi dkk, *Aktivitas Media Relations Humas Setda Kota Salatiga Dalam Membentuk Berita Positif*, Jurnal Komunikasi ASPIKOM (Online), Vol.2, No.5, Juli (2015), Diakses 20 September 2018

¹²Diah Wardhani, *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal. 2

Perkembangan fungsi dan praktik PR Indonesia, tidak terlampau pesat. Namun secara bertahap, fungsi dan peranan PR mulai diterapkan di banyak organisasi baik pemerintah maupun swasta, organisasi profit dan non profit. Peranan PR di lembaga-lembaga tersebut bervariasi, mulai yang *technical supporting* sampai dengan strategis di jajaran *top level* manajemen. Fungsi dan peranan PR yang bervariasi tersebut dikaitkan dengan jenis serta kebutuhan organisasi masing-masing serta pemahan pihak manajemen terhadap penting atau tidaknya fungsi dan peranan PR. Semakin luasnya pemahaman pimpinan/manajemen terhadap fungsi dan peranan PR, maka kedudukan PR juga semakin baik dan strategis, atau sebaliknya semakin berkurangnya pemahaman pimpinan/manajemen terhadap PR, maka fungsi dan peranan PR di organisasi tersebut semakin tidak penting.¹³

Dalam hal ini, jelas bahwa pemahaman pemimpin tentang pentingnya PR sangat berpengaruh terhadap baik tidaknya pelayanan yang diberikan. Hal ini juga berdampak pada kinerja pemerintahan dan citra instansi yang terbentuk di masyarakat.

Aktivitas PR yang paling sering dilakukan adalah Media Relations, yakni menjalani hubungan baik dengan pihak media massa yang dalam hal ini diwakili oleh para wartawan/jurnalis. Saat organisasi berkeinginan adanya publikasi, maka pimpinan akan menugaskan PR untuk menghubungi media dan mengundang mereka saat acara yang dimaksud diselenggarakan. PR sesungguhnya perlu berinisiatif untuk membuat program *media relations* secara rutin pertahunnya. Pada umumnya, *media relations* yang dilakukan atau ditugaskan perusahaan kepada PR hanya terbatas pada mengundang media di saat tertentu. Hubungan lembaga dan media pun hanya sebatas pada saat acara-acara seremonial. Kondisi ini menimbulkan kesan media, bahwa mereka sering hanya dimanfaatkan pada saat-saat tertentu saja. Kesan negatif ini pun melahirkan sikap antipasti media. Hal itu tercermin dalam penerimaan mereka saat menerima undangan seremoni dan siaran pers dari perusahaan. Mereka kemudian jarang sekali membaca dengan

¹³Diah Wardhani, *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal. 2

seksama undangan serta siaran pers tersebut. Tak jarang, para redaktur kemudian membuang undangan serta siaran pers ke keranjang sampah. Bahkan yang paling menyedihkan adalah, bila para redaktur menyampaikan “doktrin” agar wartawan di bawah tanggung jawabnya tidak perlu menomorsatukan undangan perusahaan atau siaran pers yang diberikan, kecuali penugasan dari redaksi masing-masing.¹⁴

Dalam pekerjaan seorang *Public Relations*, media massa mempunyai peranan yang sangat besar dalam memengaruhi masyarakat, baik pengaruh positif maupun negatif. Seorang *Public Relations* dapat menggunakan media massa dalam memengaruhi masyarakat untuk membangun citra yang positif dari seorang individu, organisasi, perusahaan, bahkan negara. Sebaliknya, seorang *Public Relations* dapat menggunakan media massa untuk memengaruhi masyarakat dalam membangun opini publik, bahkan membangun citra negatif dari seorang organisasi, perusahaan, bahkan negara. Bak dua sisi dari satu keping mata uang yang tidak dapat dipisahkan, di satu sisi media massa mempunyai peranan untuk membangun citra positif dalam diri seseorang, organisasi, perusahaan, bahkan negara. Tapi di sisi lain media massa juga mampu membangun citra negatif dalam diri seseorang, dalam suatu organisasi atau institusi maupun dalam suatu negara.

Peranan media massa inilah yang sangat dibutuhkan oleh seorang *Public Relations*. Tugas seorang *Public Relations* untuk membangun nama baik dan citra positif perusahaan kepada masyarakat tidak mungkin bisa dilakukan secara manual atau dengan komunikasi secara langsung. Cara ini jelas tidak efektif, membutuhkan waktu yang sangat lama dan biaya yang sangat besar. Oleh karena itu, dibutuhkan cara pendekatan yang lebih massif untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang banyak.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan tinjau dari sifatnya penelitian ini termasuk *deskriptif*. Tujuannya adalah untuk menggambarkan dan menjelaskan tentang program dan kegiatan Humas sekretariat daerah Aceh dalam

¹⁴Diah Wardhani, *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal. 2-4

menjalankan hubungan media dan pemberitaan. Sesuai dengan objek penelitian, maka penelitian ini akan mendapatkan data dari pemerintah Humas Sekretariat Daerah Aceh dan media. Data penelitian ini yang diperoleh melalui: observasi dengan cara melakukan tinjauan langsung ke lapangan dengan melihat aktivitas dari Humas Sekretariat daerah Aceh, melakukan wawancara mendalam dengan Humas terkait dan pengumpulan data dokumentasi dari dokumen-dokumen terkait penelitian ini. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik Analisis Sebelum di Lapangan, teknik analisis data selama di lapangan dan Analisis Data Selama di Lapangan Model Spradley.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Sejarah Kecamatan Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh

Biro Humas Sekretariat Daerah aceh tercatat telah terbentuk pada tahun 2002 dengan nama Biro Hukum dan Humas Sekretariat Daerah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Pada awalnya Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh merupakan satu bagian dari Biro Hukum. Namun, pada tahun 2013 dalam peraturan Gubernur No. 66 Tahun 2013 Biro Humas menjadi Sekertariat yang berdiri sendiri. Adapun tugas dan fungsi pokok Biro Humas adalah unit organisasi dalam Sekretariat Daerah Aceh adalah melakukan fungsi manajemen bidang komunikasi dan informasi serta tugas-tugas kehumasan Pemerintah Aceh dan sebagai juru bicara Gubernur.

Tidak banyak data yang tertulis mengenai Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh baik dari Qanun maupun dari Peraturan Gubernur atau Dinas Kepustakaan dan ke Arsipan Aceh. Meskipun demikian, Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh telah mendapatkan berbagai macam prestasi salah satunya adalah sebagai juara terbaik I dalam kategori pelayanan informasi melalui internet pemerintah provinsi/kabupaten/kota Anugerah Media Humas 2016 yang diselenggarakan oleh Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat Kementerian Komunikasi dan Informatika di Bandung. Berdasarkan peraturan Gubernur Aceh nomor 97 tahun 2016 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas, fungsi dan

tata kerja Sekretariat Daerah Aceh, tugas dan fungsi Biro Hubungan Masyarakat dan Protokol pada Sekretariat Daerah Aceh sebagai berikut.

Biro Hubungan Masyarakat dan Protokol mempunyai tugas menyiapkan bahan pembinaan, petunjuk teknis dan koordinasi di bidang Humas, media massa, pengelolaan informasi, publikasi, analisis dan protokol.

2. Program kerja Humas Sekretariat Daerah Aceh

Setiap instansi profit maupun non profit tentunya selalu memiliki program yang diunggulkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Program merupakan rancangan usaha yang akan dijalankan. Sama halnya dengan Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh yang memiliki program kerja unggulan dalam mencapai suatu tujuan.

Merujuk pada Qanun Aceh nomor 13 tahun 2016, tentang pembentukan dan susunan perangkat Aceh dan Peraturan Gubernur Aceh nomor 97 tahun 2016, tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas, fungsi, dan tata kerja Sekretariat Daerah Aceh. Program dan Kegiatan Biro Hubungan Masyarakat dan Media Massa sebanyak enam program di antaranya Meningkatkan hubungan baik antara Pemerintah Aceh dengan masyarakat, Meningkatkan hubungan baik Pemerintah Aceh dengan media massa, Meningkatkan pengelolaan informasi pemerintah Aceh, Meningkatkan publikasi kegiatan Pemerintah Aceh, Meningkatkan analisis dan kajian isu strategis pemerintah Aceh, Meningkatkan pelayanan keprotokolan. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan diri pada Bagian Hubungan Masyarakat dan Media Massa, serta lebih melihat kepada program dan kegiatan yang dilakukan pada bagian Peliputan dan Media Massa.

Berdasarkan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) Pemerintah Aceh tahun anggaran 2018, program dan kegiatan Bagian Humas dan Media Massa yaitu: Program Pengembangan Kerjasama Informasi dengan Media Massa dengan berbagai kegiatan seperti Pembinaan dan Pengembangan Hubungan dengan Pers dan Masyarakat, Kegiatan Pengelolaan Sistem Informasi Pemerintah Aceh, Kegiatan Koordinasi Penyusunan Naskah dan Makalah Pimpinan, Kegiatan Pelayanan Informasi, Publikasi dan Aspirasi Masyarakat.

Program dan kegiatan Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh tersebut tentunya melalui proses penerapan, dan pelaksanaan serta siapa saja yang bergelut di dalamnya. Dalam mengimplmentasikan program dan kegiatan yang dilakukan oleh Biro Humas dan Protokol, Humas membaginya sesuai bagian dan tugas masing-masing. Saifullah Abdulgani, selaku Kabag. Humas dan Media Massa mengatakan bahwa penerapan program yang ada dilakukan sesuai dengan bagian dan tugasnya masing-masing.

Dalam menjalankan hubungan baik dengan media massa, seluruh Biro Humas Sekretariat Daerah Aceh melakukan tugas tersebut biasanya melalui silaturahmi yang dilakukan setiap harinya. Yang lebih aktif dalam melakukan kunjungan media biasanya Kepala Biro, Kepala Bagian dan juga para Kasubbang, namun juga tidak menutup kemungkinan bagi para staf lainnya, sebab hubungan di antara keduanya tentu tidak hanya sebatas pekerjaan saja.

Biasanya Humas Sekretariat Daerah Aceh melakukan Pertemuan Rutin/*Media gathering/Coffe Morning* dengan pimpinan media, wartawan baik cetak, online, radio, televisi, dan media sosial baik lokal, nasional maupun internasional dan juga Kerjasama pemberitaan dengan Media Massa, cetak dan elektronik, baik nasional maupun internasional.

3. Manfaat Program Sekretariat Daerah Aceh Bagi Pemerintah dan Masyarakat

Mengenai manfaat dan keuntungan bagi Humas dalam menjalankan hubungan baik dengan media tentunya memiliki dampak yang sangat besar bagi Humas. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan daerah, Humas selalu mengirimkan tiga orang stafnya untuk meliput kegiatan tersebut, terdiri dari seorang petugas rilis, petugas fotografer dan juga vidografer. Nantinya Humas Sekretariat Daerah Aceh akan mengolah hasil liputan tersebut sebagai rilis kegiatan kepada semua media baik cetak, elektronik maupun media sosial mereka sendiri.

Setiap rilis Humas yang dikirimkan ke media tentunya akan menjadi pertimbangan di redaksi media. Semakin sering media mempublikasikan rilis dari Humas maka ini memberikan keuntungan kepada Humas berupa penyebaran

informasi yang baik dan mudah. Humas memang memiliki media sosial maupun website sebagai wadah penyebaran informasi dengan alamat web <https://humas.acehprov.go.id/>, Humas juga memiliki media sosial seperti Instagram, twitter, facebook dan juga grup Whatsapp, namun tanpa campur tangan dan kerjasama dengan media, Humas tidak mampu menjangkau seluruh kalangan.

Dari pihak media sendiri merasa belum ada keuntungan yang dirasakan. Media hanya mendapatkan pemberitaan saja tidak lebih dari itu. Media menginginkan kerjasama yang dilakukan antara Humas dengan media tidak hanya sekedar memeberikan informasi yang baik mengenai pemerintahan namun juga membuka peluang kerjasama dalam bisnis.¹⁵

Hal ini menandakan bahwa Humas masih harus melakukan evaluasi kerja dalam membangun hubungan baik dengan media. Humas harus lebih proaktif dalam meningkatkan hubungan kemitraan dan juga memfasilitasi media untuk bisa berkomunikasi langsung dengan pimpinan daerah yang dirasa perlu dalam proses verifikasi pemberitaan. Jika pemberitaan yang dikirimkan Humas merupakan informasi yang harus diketahui oleh publik secara luas, sedangkan media sulit dalam melakukan verifikasi kepada pemerintah terkait maka bisa jadi media memilih untuk tidak memberitakannya.

E. Kesimpulan

Upaya yang dilakukan Humas Sekretariat Daerah Aceh diantaranya melalui program yang dijalankan melalui berbagai kegiatan, baik formal maupun informal. Kegiatan formal seperti melakukan pelatihan bagi media, *coffee morning* bersama pimpinan daerah, buka puasa bersama, *press release*, konferensi pers dan lain sebagainya. Sedangkan kegiatan informal yang dilakukan berupa silaturahmi dengan pimpinan media maupun wartawan yang dilakukan secara rutin hampir setiap hari, selain itu juga komunikasi dan diskusi melalui *social media* seperti Whatsapp sebagai alat komunikasi.

Dengan kerjasama tersebut tentunya mempermudah Humas Sekretariat daerah Aceh untuk mempublikasikan pemberitaan mengenai pemerintah daerah,

¹⁵Wawancara dengan Juli Amin (Redaktur Habadily.com), Pada 23 Januari 2019.

sebab hanya media yang memiliki alat lengkap sebagai penyebaran informasi dengan cepat dan luas. Meski demikian, ternyata sebagian media justru merasa tidak memiliki manfaat lebih yang didapatkan selain hanya pemberitaan saja.

Memang tak bisa dipungkiri, setiap hubungan yang terjalin selalu bagaikan ombak di bibir pantai, selalu pasang dan surut. Begitu pula dengan dengan hubungan yang terjadi antara kedua profesi tersebut. Tentunya ada kendala yang selalu muncul dalam melaksanakan tugas dan fungsi Humas sebagai pintu informasi pemerintah daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin Z, Fungsi Humas Pemerintah Kota Binjai Dalam Penyebaran Informasi Kebijakan Publik, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, Vol.17,No.2, Desember (2016),amir010@kominform.go.id Diakses 20 September 2018
- Belinda Devi Larasati Siswanto& Firda Zulivia Abraham, Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan, *Jurnal Penelitian Komunikasi (Online)*, Juni (2016), belindadevi@yahoo.co.id Diakses 20 September 2018
- Betty Wahyu Nilla Sari ,*Humas Pemerintahan*, Yogyakarta: Graha Ilmu. 2012
- Bill Kovach & Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme*, Jakarta:Yayasan Pantau. 2006.
- Dedy Riyadin Saputro, *Aktivitas Humas Dalam Menjalankan Media Relation*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Diah Wardhani, *MEDIA RELATIONS Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- Moore Frazier, *HUMAS Membangun Citra Dengan Komunikasi*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. 2004.
- Nugrahaning Esa Pratiwi dkk, *Aktivitas Media relationsHumas Setda KotaSalatiga Dalam Membentuk Berita Positif*,*Jurnal Komunikasi ASPIKOM (Online)*, Vol.2, No.5, Juli (2015) 602013604@student.uksw.eduDiakses 20 September 2018
- Nurdin, T. Z. (2018). Komunikasi pembangunan masyarakat; sebuah model Audit sosial multistakeholder. *Jurnal Peurawi*, 1(1).