

“STRATEGI MEDIA RELATIONS DPRD SIDOARJO DALAM MEMBANGUN IMAGE DPRD SIDOARJO”

Oleh:

Satrio Adi Mahendra,

Kukuh Sinduwiatmo

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2023

Pendahuluan

Media teknologi yang berkembang pada zaman globalisasi saat ini, membuat masyarakat, khususnya yang berada di daerah perkotaan semakin terbuka. Hal ini disebabkan karena kebutuhan manusia akan informasi yang instan dan mudah untuk didapat. Penggunaan teknologi untuk kegiatan sehari-hari sudah menjadi hal yang dianggap wajar bagi banyak orang. Pesatnya perkembangan teknologi tanpa sadar telah mengubah cara hidup kita, baik terhadap cara berkomunikasi, cara belajar, cara bekerja dan cara berbisnis.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Bagaimana strategi media relations yang dilakukan oleh DPRD sidoarjo dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun citra yang baik dimata masyarakat?

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis data sekunder pada proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Instrumen yang digunakan adalah panduan wawancara dan Catatan lapangan. Metode analisa data yang dipakai adalah seperti data reduction, data display, maupun verifikasi data.

Hasil

- DPRD sidoarjo harus lebih maksimal dalam melakukan publisitas mengenai program kerja.
- DPRD sidoarjo harus memberikan informasi yang spesifik tentang kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak umum.
- Kegiatan dari Humas DPRD sidoarjo belum cukup untuk meningkatkan citra positif bagi masyarakat.
- Sinergi maupun kordinasi antara pihak humas DPRD sidoarjo dengan pers atau media lokal harus terjalin lebih baik.

Pembahasan

- Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menilai teori situasional publik James E, Grunig dan Todd Hunt sesuai dengan hasil yang didapatkan pada penelitian mengenai DPRD sidoarjo yaitu memberikan informasi yang spesifik tentang kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak umum. Publik yang aktif cenderung memiliki keterlibatan dan pengenalan masalah dengan tingkat keterlibatannya berbeda-beda dari tinggi hingga rendah. Publik yang aktif akan mencari dan memproses informasi.
- Berdasarkan uraian hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi dari humas DPRD sidoarjo tidak hanya menitik beratkan pada program kerja DPRD sidoarjo semata namun juga berusaha untuk tetap mempertahankan citra institusi di mata masyarakat. Terutama berkaitan dengan perluasan, inovasi, edukasi, persuasi baik dari segi program kerja DPRD sidoarjo.

Temuan Penting Penelitian

- DPRD sidoarjo menggunakan strategi Media Relations untuk meningkatkan citra positif institusi dan masyarakat. Strategi ini difokuskan pada publikasi, acara, berita, citra perusahaan, hubungan masyarakat, dan tanggung jawab sosial yang tepat.
- mengenai Implementasi Media Relation Melalui Keberadaan Media Center yang ada pada objek yang diteliti. Keberhasilan dari Implementasi tersebut adalah berfokus bagaimana lembaga mempergunakan fasilitas yang ada untuk kemajuan organisasinya juga bagaimana pihak eksternal mencitrakan lembaga tersebut sehingga timbul citra dikalangan masyarakat.
- Pihak Humas DPRD Sidoarjo menyediakan fasilitas media center bagi media ataupun pers lokal dalam meliput segala aktivitas ataupun program kegiatan di gedung DPRD Sidoarjo.
- Namun, pada saat era pandemi Covid 19 DPRD sidoarjo melakukan kebijakan pembatasan untuk akses pers yang membuat setiap kegiatan peliputan terbatas.

Manfaat Penelitian

1. Memberikan gambaran umum mengenai strategi Media Relations yang digunakan oleh DPRD sidoarjo dalam meningkatkan citra institusi.
2. Mengetahui letak titik kelebihan dan kekurangan informasi dalam meningkatkan citra DPRD sidoarjo.
3. Mengetahui peluang untuk meningkatkan citra DPRD sidoarjo melalui kerjasama dan hubungan yang baik dengan pihak-pihak eksternal.

Referensi

- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations : Konsep, Strategi , dan Aplikasi* (Edisi 1). Andi.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatma Media.
- Serge Christophe Kolm, 2008. *Reciprocity: An economics of social relations*. New York: Cambridge University Press.
- Handaru, S. (2017). Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program SIM Online oleh Satlantas Polestabas Surabaya Jurnal E-Komunikasi, 5(1),1-12.
- Ruslan, Rosady.2006. *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Khadijah, S. (2012). Strategi Publik Relation dalam membangun Citra Perusahaan. Makna: Jurnal Komunikasi Bahasa dan Budaya,2(2), 1-31.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Muchtar, K. (2016). Peran dan Strategi Humas dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam. Jurnal Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwa, 15(2), 317-338.
- Basrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Pratama.J. (2018),Strategi Publik Relation dalam Membangun Citra Positif Egalter, 2(3). [https:// jurnal.unpand.ac.id/index.php/egr/article/view/1202](https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/egr/article/view/1202)
- Salim. A. (2006). *teori dan Paradigma Penelitian* JosiaYogyakarta: Tiara Wacana.Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar tori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

