

**AKTIVITAS HUMAS PEMERINTAH KOTA DENPASAR DALAM MENJALANKAN  
MEDIA RELATIONS  
(Studi pada Humas Pemerintah Kota Denpasar)**

**I Gusti Agung Laksmi Swary Putri**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dwijendra Denpasar email :  
agunglaksmi@gmail.com

**Siti Aisah**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dwijendra Denpasar email :  
marsha.septiana28@gmail.com

**Abstrak**

Pemerintah Kota Denpasar sangat menyadari arti penting media massa baik media cetak, media elektronik maupun media sosial bagi eksistensi mereka. Pemerintah Kota Denpasar meyakini bahwa adanya media membantu pemerintah daerah dalam berkomunikasi dan berbagi informasi secara lebih cepat dan mudah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui aktivitas humas kota Denpasar dengan subjek penelitian yaitu humas pemerintah kota Denpasar. Menggunakan rancangan penelitian kualitatif dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sebagai teknik analisis data. Aktivitas *public relations* sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communications*) antara suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa, dan sebagainya, demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan.

**Kata Kunci :** Aktivitas, Humas, Denpasar, Media Relations, Komunikasi

**Abstract**

Denpasar City Government is very aware of the importance of mass media both print media, electronic media and social media for their existence. The Denpasar City Government believes that the existence of the media helps local governments communicate and share information more quickly and easily. The purpose of this study was to determine the public relations activities of the city of Denpasar with the subject of the study is the Denpasar city government public relations. Using a qualitative research design using interview, observation and documentation methods using a qualitative descriptive approach as a data analysis technique. Daily public relations activity is to conduct reciprocal communication (two way communications) between an institution and a public party that aims to create mutual understanding and support for the achievement of a particular goal, policy, production activities of goods or services, and so on, for the sake of progress company or positive image for the institution concerned.

**Keywords:** Activities, Public Relations, Denpasar, Media Relations, Communication

## **1. PENDAHULUAN**

Era globalisasi memperlihatkan fenomena kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Salah satunya adalah kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi dengan berbagai medianya

Media massa baik media cetak maupun media elektronik merupakan salah satu alat yang tepat untuk menyampaikan berbagai informasi tentang keadaan dan kenyataan yang terjadi secara lengkap dan akurat. Dalam era globalisasi teknologi informasi dan komunikasi kini telah berkembang semakin pesat.

Komunikasi massa berarti komunikasi lewat media massa. Jadi, berbicara tentang komunikasi massa berarti juga harus membicarakan media massa sebagai elemen terpenting dalam komunikasi massa. Di zaman modernisasi seperti sekarang, hidup manusia akan sangat bergantung pada media massa. Media massa telah menjadi salah satu faktor penentu kehidupan manusia masa kini. Berbagai aspek yang melekat pada media massa, beserta kelebihan dan kekurangannya sudah selayaknya menjadi perhatian utama kajian masyarakat. Dikatakan demikian karena memang media massa telah sedemikian kuat dalam memberikan pengaruh pada kehidupan manusia.

Hal ini menunjukkan bahwa membahas komunikasi massa tidak akan lepas dari media massa sebagai media utama dalam proses komunikasi massa itu sendiri. Ditinjau dari segi bentuknya media massa dikelompokkan atas media cetak (berupa surat kabar, tabloid, majalah), media elektronik (radio, televisi), buku, dan film. Dalam perkembangan komunikasi massa modern dewasa ini ada satu perkembangan tentang media massa yakni ditemukannya internet.

Menurut Obeng (2005 : 124) Internet adalah salah satu dari sekian banyak media komunikasi modern yang memiliki daya tarik luar biasa bagi masyarakat. Internet tidak hanya menjanjikan informasi hiburan atau pengetahuan saja, lebih dari itu Internet telah memfasilitasi masyarakat dalam rangka menyampaikan sesuatu maksud kepada seseorang atau suatu kelompok tertentu. Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia. Dikatakan longgar karena jaringan ini memungkinkan orang dari seluruh penjuru dunia berkomunikasi melalui zona waktu yang berbeda tanpa saling bertatap muka dan informasinya tersedia selama 24 jam sehari dari ribuan tempat. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer. Namun sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya.

Pemerintah Kota Denpasar sangat menyadari arti penting media massa baik media cetak, media elektronik maupun media sosial bagi eksistensi mereka. Pemerintah Kota Denpasar meyakini bahwa adanya media membantu pemerintah daerah dalam berkomunikasi dan berbagi informasi secara lebih cepat dan mudah. Lewat media pemerintah bisa saling bertukar informasi dan hiburan dengan para stakeholdernya. Media massa ini bagaimanapun memiliki empat peran penting yaitu sebagai alat kontrol sosial, sebagai amanat hati nurani rakyat, sebagai alat perjuangan dan sebagai pembentuk opini publik (Ruses, 2005). Peran media sebagai alat kontrol sosial, maksudnya media dalam skala mikro harus berani melakukan kontrol terhadap kekuasaan, maksudnya media harus mampu membuat masyarakat kritis terhadap jalannya pembangunan dan pemerintahan, berani meluruskan yang salah, berani mengungkapkan kebenaran apa adanya. Media juga secara terbuka mengungkapkan ketidakpuasan, ketidakjujuran. Dengan kata lain berani mengungkapkan fakta apa adanya. Peran

media sebagai amanat hati nurani rakyat. Media harus bisa memperjuangkan kepentingan rakyat terutama yang menderita dan tertindas. Media harus mampu mengartikulasikan setiap persoalan yang dihadapi masyarakat. Hanya dengan menyuarakan apa yang menjadi amanat masyarakat, media bisa berperan menyuarakan suara hati nurani rakyat.

Philip Lesly (1991:7) memberikan definisi media relations sebagai hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi. Apa yang diuraikan oleh lesly ini lebih pada sisi manfaat yang diperoleh organisasi dan kegiatan yang dilakukan organisasi dalam menjalankan media relations. Manfaat tersebut berupa publisitas, sedangkan kegiatan yang bisa menopang publisitas ini adalah merespon kepentingan media.

Keberadaan unit kehumasan di sebuah lembaga atau instansi pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang sesuatu kegiatan atau aktivitas instansi bersangkutan yang ditujukan baik untuk hubungan masyarakat ke dalam maupun hubungan masyarakat ke luar. Perbedaan pokok antar fungsi dan tugas humas yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Humas pemerintah lebih menekankan pada public service demi meningkatkan pelayanan umum.

Menurut Jhon D. Millet, humas dalam lembaga pemerintah terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya (Rosady, 2007:341-342), yaitu sebagai berikut: (1) Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat. (2) Kegiatan memberikan nasehat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi pemerintah seperti yang diketahui oleh pihak publiknya. (3) Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan aparat pemerintahan. (4) Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga yang bersangkutan.

Dalam upaya membina media relations, maka humas melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media massa atau pers, diantaranya : (1) Konferensi pers, temu pers atau jumpa pers yaitu informasi yang diberikan secara simulatan/bersamaan oleh seseorang dari pejabat pemerintah kepada sekelompok wartawan, bahkan bisa ratusan wartawan. Biasanya pihak humas berinisiatif untuk melakukan pertemuan dengan para wartawan tentang suatu topik pembicaraan yang sedang hangat dibicarakan. (2) *Press breafing*, yaitu pemberian informasi diselenggarakan secara reguler oleh seorang pejabat humas. 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 perinci. (3) *Perss tour*, kegiatan yang di selenggarakan oleh suatu lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu dan mereka (media/pers) diajak menikmati objek wisata menarik. Keuntungan dari kegiatan ini ialah wartawan akan merasa dianggap sebagai bagian „keluarga sendiri“ oleh organisasi, sehingga secara batiniah wartawan akan punya hubungan

emosional. (4) *Press release*, siaran pers sebagai publisitas, yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan humas untuk menyebarkan berita. (5) *Special event*, yaitu peristiwa khusus sebagai suatu keinginan humas yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, yang mampu meningkatkan pengetahuan dan selera publik, seperti pameran, lokakarya, open house dan lainnya. Dalam kegiatan ini humas biasanya mengundang media atau pers untuk meliputnya. (6) *Press luncheon*, yaitu pejabat humas mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan, sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu dengan top manajemen perusahaan/lembaga guna mendengarkan perkembangan lembaga tersebut. (7) Wawancara pers, yaitu wawancara yang sifatnya lebih pribadi, lebih individu. Humas atau pimpinan puncak yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan atau reporter yang bersangkutan. Meskipun pejabat itu diwawancarai sesuai meresmikan suatu acara oleh banyak orang wartawan, tetap saja wawancara itu bersifat individu.

Peran media sebagai alat perjuangan. Maksudnya, media harus bisa berperan sebagai alat perjuangan masyarakat untuk mengatasi ketidakadilan, kemiskinan, kebodohan, kepalsuan, manipulasi dan lain-lain. Media harus kritis dan objektif menyikapi semua situasi, tidak boleh mengorbankan masyarakat kecil. Media sebagai pembentuk opini publik. Maksudnya, media harus bisa membangun kesadaran kepada publik dan dengan kesadaran tersebut diharapkan bisa menuntun publik menyelesaikan masalah yang dihadapi, atau setidaknya memiliki opini atau pendapat tertentu terhadap suatu masalah. Apabila Opini dan pandangan publik cukup kuat maka akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan fungsi media yang pertama dan utama adalah sebagai media komunikasi. Melalui media orang dapat bertukar informasi dan hiburan. Media yang berperan sebagai media pendidikan.

Begitu pentingnya peran media, sehingga pihak Pemerintah Kota Denpasar senantiasa selalu berupaya menjalin hubungan baik dengan media. Dalam hal ini diwakili Humas Pemerintah Kota Denpasar. Humas inilah yang menjalankan hubungan atau relasi dengan media (*media relations*). Melalui *media relations* ini humas akan bisa memutuskan media komunikasi apa yang akan digunakan apakah publisitas, dan sebagainya. Ketika pilihan pada publisitas, pilihannya bisa siaran berita, kisah feature, artikel majalah, foto, kaset, audio, video dan film. Ketika pilihan pada iklan, humas biasa memutuskan media mana yang digunakan, berapa kali iklan tersebut ditayangkan perhari, dan sebagainya (Moore, 2005:193).

Humas dan media jelas saling membutuhkan. Melalui Humas, redaktur bisa memperoleh sumber berita asli dan sumber informasi teknis. Redaktur tinggal membantu mengembangkan kisah berita, gambar, artikel sesuai dengan informasi yang diperoleh dan sebaliknya bagi Humas, melalui redaktur ia akan memperoleh banyak pengetahuan mengenai media massa, kebutuhan dan kebijaksanaan editorial, khalayak dan masalah pengoperasiannya. Tanpa Humas, media akan kesulitan mendapatkan informasi yang diperlukan, sebaliknya tanpa media humas akan kesulitan menyampaikan informasi yang diperlukan. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian mengenai aktivitas Humas Pemerintah Kota Denpasar dalam menjalankan *media relations* (hubungan

media). Dalam hal ini akan ditelaah apa saja yang dilakukan, dan apakah semua itu telah berjalan sebagaimana mestinya.

## 2. METODE

Lokasi penelitian ini adalah Pemerintah kota Denpasar, khususnya bagian Humas. Untuk menjalin komunikasi dan relasi dengan berbagai stakeholder tersebut sangat tergantung pada kelincahan dan kesigapan bagian Humas Pemerintah kota Denpasar, khususnya dalam memanfaatkan media relations. Hal ini perlu ditekankan, karena dalam era globalisasi seperti sekarang sudah hampir tidak mungkin tidak memanfaatkan media. Se jauh mana aktivitas Humas Pemerintah kota Denpasar menjalankan media relations, itulah yang akan diteliti melalui penelitian ini. Rancangan penelitian yang digunakan adalah rancangan studi kasus. Rancangan ini digunakan untuk mengkaji secara mendalam fenomena yang terjadi pada Humas Denpasar.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode Teknik Wawancara tak terstruktur, Observasi Non Partisipatif dan Studi Dokumentasi. Penelitian ini memakai metode analisis data deskriptif kualitatif dengan cara menggambarkan, mengkategorikan, serta menafsirkan data-data yang diperoleh. Analisa ini mengandalkan kemampuan interpretasi penulis dalam menafsirkan data lapangan. Data yang didapatkan dari wawancara dan pengamatan serta dokumentasi dikelompokkan dan dipilah sesuai dengan sub bab yang diperlukan. Kemudian dibuat abstraksinya untuk mengetahui garis besarnya atau benang merah permasalahan sehingga mudah untuk menarik kesimpulan

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) mempunyai peranan penting di dalam suatu organisasi, agar tujuan utama perusahaan atau organisasi yang diwakilinya dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, demikian halnya dengan Humas Pemerintah Kota Denpasar dalam menjalankan *media relations*. Adanya citra positif dari berbagai publik tidak kalah penting untuk dibina oleh bagian humas, terutama dengan publik eksternal, karena publik inilah yang lebih cenderung memberikan penilaian terhadap suatu instansi atau organisasi, dalam hal ini Pemerintah Kota Denpasar melalui bagian Hubungan Masyarakat.

Komunikasi adalah suatu tindakan untuk berbagi informasi, gagasan atau pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang terlibat di dalamnya guna mencapai kesamaan makna. Tindak komunikasi tersebut dapat dilakukan dalam beragam konteks. Kita dapat berkomunikasi dengan yang lainnya dalam konteks antar pribadi (*interpersonal communication*) bisa berbagi pula pesan dalam konteks kelompok (*Group communication*) dapat juga dalam lingkup organisasi (*Organizational communication*), serta tindak komunikasi dengan memanfaatkan pesan dan media massa (*Mass communication*) (Mulyana, 2007 : 63)

Citra adalah kesan yang diperoleh melalui pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang suatu hal. Bagi suatu organisasi, citra diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri. Persepsi masyarakat terhadap organisasi didasari pada apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang organisasi yang bersangkutan. Citra organisasi yang baik dimaksudkan agar organisasi dapat tetap

hidup dan meningkatkan kreativitasnya bahkan memberikan manfaat lebih bagi orang lain. Citra merupakan tujuan dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai.

Walaupun citra merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk yang datang dari khalayak atau masyarakat luas. Penilaian atau tanggapan tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (*respect*), kesan-kesan yang baik yang berakar pada nilai-nilai kepercayaan. Keberhasilan perusahaan membangun citra dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Keinginan sebuah organisasi untuk mempunyai citra yang baik pada publik sasaran berawal dari pengertian yang tepat mengenai citra sebagai stimulus adanya pengelolaan upaya yang perlu dilaksanakan.

Ketepatan pengertian citra agar organisasi dapat menetapkan upaya dalam mewujudkannya pada obyek dan mendorong prioritas pelaksanaan. Citra menampilkan kesan suatu obyek terhadap obyek yang lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya. Pentingnya citra sebuah perusahaan dikarenakan citra positif dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif, sedangkan citra negatif sebaliknya. Citra positif dapat digunakan sebagai pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknis atau fungsional sedangkan citra negatif dapat memperbesar kesalahan tersebut. Citra menggambarkan pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan dan citra mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal, dimana citra perusahaan yang kurang jelas dan nyata dapat mempengaruhi sikap karyawan.

Pemerintah Kota Denpasar sangat menyadari arti penting media massa baik media cetak, media elektronik maupun media sosial bagi eksistensi mereka. Pemerintah Kota Denpasar meyakini bahwa adanya media membantu pemerintah daerah dalam berkomunikasi dan berbagi informasi secara lebih cepat dan mudah. Lewat media pemerintah bisa saling bertukar informasi dan hiburan dengan para *stakeholder*-nya. Media massa ini bagaimanapun memiliki empat peran penting yaitu sebagai alat kontrol sosial, sebagai amanat hati nurani rakyat, sebagai alat perjuangan dan sebagai pembentuk opini publik.

Peran media sebagai alat kontrol sosial, maksudnya media dalam skala mikro harus berani melakukan kontrol terhadap kekuasaan, maksudnya media harus mampu membuat masyarakat kritis terhadap jalannya pembangunan dan pemerintahan, berani meluruskan yang salah, berani mengungkapkan kebenaran apa adanya. Media juga secara terbuka mengungkapkan ketidakpuasan, ketidakjujuran. Dengan kata lain berani mengungkapkan fakta apa adanya. Peran media sebagai amanat hati nurani rakyat. Maksudnya media harus bisa memperjuangkan kepentingan rakyat terutama yang menderita dan tertindas. Media harus mampu mengartikulasikan setiap persoalan yang dihadapi masyarakat. Hanya dengan menyuarakan apa yang menjadi amanat masyarakat, media bisa berperan menyuarakan suara hati nurani rakyat.

Peran media sebagai alat perjuangan. Maksudnya, media harus bisa berperan sebagai alat perjuangan masyarakat untuk mengatasi ketidakadilan, kemiskinan, kebodohan, kepalsuan, manipulasi dan lain-lain. Media harus kritis dan objektif menyikapi semua situasi, tidak boleh mengorbankan

masyarakat kecil. Media sebagai pembentuk opini publik. Maksudnya, media harus bisa membangun kesadaran kepada publik dan dengan kesadaran tersebut diharapkan bisa menuntun publik menyelesaikan masalah yang dihadapi, atau setidaknya memiliki opini atau pendapat tertentu terhadap suatu masalah. Apabila Opini dan pandangan publik cukup kuat maka akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan fungsi media yang pertama dan utama adalah sebagai media komunikasi. Melalui media orang dapat bertukar informasi dan hiburan. Media yang berperan sebagai media pendidikan.

Begitu pentingnya peran media, sehingga pihak Pemerintah Kota Denpasar senantiasa selalu berupaya menjalin hubungan baik dengan media. Dalam hal ini diwakili Humas Pemerintah Kota Denpasar. Humas inilah yang menjalankan hubungan atau relasi dengan media (*media relations*). Melalui *media relations* ini humas akan bisa memutuskan media komunikasi apa yang akan digunakan apakah publisitas, dan sebagainya. Ketika pilihan pada publisitas, pilihannya bisa siaran berita, kisah *feature*, artikel majalah, foto, kaset, audio, video dan film. Ketika pilihan pada iklan, humas bias memutuskan media mana yang digunakan, berapa kali iklan tersebut ditayangkan perhari, dan sebagainya (Moore, 2005:193).

Humas dan media jelas saling membutuhkan. Melalui Humas, redaktur bisa memperoleh sumber berita asli dan sumber informasi teknis. Redaktur tinggal membantu mengembangkan kisah berita, gambar, artikel sesuai dengan informasi yang diperoleh dan sebaliknya bagi Humas, melalui redaktur ia akan memperoleh banyak pengetahuan mengenai media massa, kebutuhan dan kebijaksanaan editorial, khalayak dan masalah pengoperasiannya. Tanpa Humas, media akan kesulitan mendapatkan informasi yang diperlukan, sebaliknya tanpa media humas akan kesulitan menyampaikan informasi yang diperlukan.

Menarik untuk dikaji lebih lanjut mengenai aktivitas Humas Pemerintah Kota Denpasar dalam menjalankan *media relations* (hubungan media). Dalam hal ini akan ditelaah apa saja yang dilakukan, dan apakah semua itu telah berjalan sebagaimana mestinya. Humas Pemerintah Kota Denpasar memiliki Fungsi Public Relations untuk menciptakan dan memelihara citra positif dan saling pengertian antara kegiatan Pemerintah Kota Denpasar dengan seluruh khalayaknya, baik eksternal maupun internal. Setiap organisasi perlu memiliki fungsi ini, agar hubungan dengan publiknya bisa terjalin dengan baik, dan dapat mendukung kinerja perusahaan ke arah yang lebih baik. Aktivitas public relations sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communications*) antara perusahaan atau suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa, dan sebagainya, demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan. Sebagaimana dikemukakan oleh Bapak A.A ngurah Mahendra Putra, SS Kepala Sub bagian pengumpulan informasi dan publikasi kota Denpasar, bahwa : “Bagian pengumpulan informasi dan publikasi Kota Denpasar dalam mengatasi permasalahan yang terjadi atau menyikapi isu strategis yang kiranya memerlukan klarifikasi dari organisasi pemerintah daerah terkait

biasanya dikemas dalam pelaksanaan Jumpa Pers. Seperti halnya mengenai pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), dimana masyarakat memerlukan kejelasan informasi.”

Humas adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan kesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap publiknya, sedangkan citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi semua hubungan masyarakat. Strategi humas mengacu pada bagaimana langkah-langkah seorang humas memberikan pemahaman-pemahaman yang positif dengan mengatur berbagai kode etik didalam segala kegiatan pelaksanaannya.

*Public Relations* tidak satu arah arus informasi, ia memiliki dua fungsi peran juga. Dapat, sebagai contoh, membantu membentuk organisasi anda dengan informasi manajemen yang diharapkan, pendapat-pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat ini, dan menerangkan serta memberi nasehat tentang suatu tindakan yang konsekuen. Dalam perannya ini, *Public Relations* benar-benar merupakan fungsi manajemen, bertugas dengan tanggungjawab menjaga reputasi suatu organisasi ; membentuk, melindungi dan memperkenalkannya.

Berkaitan dengan fungsi manajemen, *Public Relations* adalah fungsi manajemen untuk membantu menegakkan dan memelihara aturan bersama dalam komunikasi, demi terciptanya saling pengertian dan kerjasama antara lembaga/ dengan publiknya, membantu manajemen dan menanggapi pendapat publiknya, mengatur dan menekankan tanggungjawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat, membantu manajemen dalam mengikuti, memonitor, bertindak sebagai suatu sistem tanda bahaya untuk membantu manajemen berjaga-jaga dalam menghadapi berbagai kemungkinan buruk, serta menggunakan penelitian dan teknik-teknik komunikasi yang efektif dan persuasif untuk mencapai semua itu.

Beberapa aktivitas Humas Pemerintah Kota Denpasar dalam menjalankan *media relations*, sebagaimana dikemukakan oleh Bapak A.A ngurah Mahendra Putra, SS Kepala Sub bagian pengumpulan informasi dan publikasi kota Denpasar, antara lain : (1) *Press Breafing* biasanya dilaksanakan guna mensukseskan acara yang steril. Dimana, gerak masyarakat dibatasi selama pelaksanaan kegiatan. Karenanya, guna mendukung maksimalkan pelaksanaan kegiatan dan mendukung kelancaran kegiatan biasanya diawal kegiatan dilaksanakan pengarahan atau *press breafing*. (2) *Press Tour* biasanya dilaksanakan di Bagian Humas dan Protokol bersama rekan media dengan menyambangi berbagai daerah dengan inovasi dan kemajuan pembangunan di Indonesia. Dimana, biasanya kegiatan ini dilaksanakan setiap tahun dengan output yang diharapkan mampu memberika rekomendasi serta usulan terhadap program pembangunan dan inovasi di Kota Denpasar pada tahun anggaran berikutnya. (3) *Special Event* pada Bagian Humas dan Protokol biasanya dikemas dalam rangkaian hari ulang tahun Kota Denpasar serta dalam rangkaian berbagai kegiatan yang juga diisi dengan diskusi untuk kemajuan Kota Denpasar. (4) Wawancara Pers merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan oleh media dalam memperoleh informasi dari narasumber. Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi, bagian humas senantiasa memberikan atau memfasilitasi seluruh media untuk melaksanakan wawancara dengan narasumber yang merupakan bagian dari



Pemerintah Kota Denpasar. (5) Pemetaan Media biasanya dilaksanakan dengan *google analytic* serta analisis media yang dilaksanakan oleh bagian Humas bekerjasama dengan Dinas Kominfo Kota Denpasar guna menyikapi isu terkait dan bagaimana tindak lanjut terhadap isu tersebut. (6) Melakukan Riset Media, kegiatan ini dilaksanakan guna memberikan informasi yang efektif, efisien serta tepat sasaran bagi masyarakat. Mengingat saat ini perubahan pola pikir memberikan dampak terhadap arah memperoleh informasi bagi masyarakat. *Survey* beberapa kali juga pernah dilaksanakan seperti berapa banyak orang membaca koran, berapa banyak orang mendapatkan informasi melalui media sosial dan lain sebagainya.

Dan dalam melaksanakan tugasnya Humas Pemerintah Kota Denpasar senantiasa membangun hubungan baik dengan masyarakat termasuk didalamnya adalah rekan media. Dimana, dalam memberikan informasi bagi masyarakat bagian Humas selalu mengintensifkan komunikasi sehingga mampu meminimalisir celah perselisihan yang mungkin terjadi. Kesalah pahaman terjadi biasanya lantaran adanya komunikasi atau pesan yang tidak tersampaikan dengan jelas. Karenanya, kunci dalam menyelesaikan kesalah pahaman adalah dengan membangun kembali komunikasi sehingga hal-hal yang belum jelas dapat dikupas tuntas.

Dalam menjalin hubungan dengan media tidak terdapat etika khusus yang diterapkan oleh Humas Pemerintah Kota Denpasar. Karena dalam menjalankan tugasnya Humas pemerintah Kota Denpasar menganggap bahwa hubungan antara Humas dan wartawan adalah rekan kerja. Karena humas dan wartawan terkadang saling memberikan masukan satu sama lain mengenai tugas pokok dan fungsi. Khususnya dalam bidang penulisan berita, foto serta wawancara dan publikasi media.

#### **4. PENUTUP**

##### **Simpulan**

Berdasarkan uraian-uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Humas Pemerintah Kota Denpasar memiliki Fungsi sebagai Public Relations untuk menciptakan dan memelihara citra positif dan saling pengertian antara kegiatan pemerintah kota Denpasar dengan seluruh khalayaknya, baik eksternal maupun internal. Setiap organisasi perlu memiliki fungsi ini, agar hubungan dengan publiknya bisa terjalin dengan baik, dan dapat mendukung kinerja perusahaan ke arah yang lebih baik. Aktivitas public relations sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communications*) antara suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa, dan sebagainya, demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan. Bagian Humas dan Protokol Sekretaris daerah kota Denpasar dalam mengatasi permasalahan yang terjadi atau menyikapi isu strategis yang kiranya memerlukan klarifikasi dari Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) terkait biasanya dikemas dalam pelaksanaan Jumpa Pers, dalam bentuk *press briefing*, *press release*, *special event*, wawancara pers, penataan media, dan melalui riset media. Humas Pemerintah Denpasar senantiasa membangun hubungan baik dengan masyarakat termasuk didalamnya adalah rekan media. Dimana, dalam memberikan informasi bagi masyarakat Bagian Humas selalu mengintensifkan komunikasi sehingga mampu meminimalisir celah perselisihan

yang mungkin terjadi. Kesalah pahaman terjadi biasanya lantaran adanya komunikasi atau pesan yang tidak tersampaikan dengan jelas. Karenanya, kunci dalam menyelesaikan kesalah pahaman adalah dengan membangun kembali komunikasi sehingga hal-hal yang belum jelas dapat dikupas tuntas.

### **Saran**

Berdasarkan permasalahan yang ada dan dikaitkan dengan Simpulan yang telah dikemukakan di atas, maka pneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut : (1) Humas berperan menjadi fasilitator komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah melalui pemantauan aspirasi dalam bentuk opini, kritik, dan saran dari masyarakat. Hendaknya Humas Pemerintah Kota Denpasar lebih intensif lagi dalam melakukan tugas dan fungsinya sehingga dapat menjembatani kepentingan Pemerintah Kota Denpasar dan masyarakat. (2) Humas perlu berperan aktif dalam melakukan koordinasi dengan organisasi pemerintah daerah terkait dan melakukan komunikasi secara berkala tentang program-program yang dimiliki oleh organisasi pemerintah daerah untuk disampaikan kepada masyarakat sehingga informasi yang berkaitan dengan Pemerintah Kota Denpasar dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat.

### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Danandjaja. 2011. Peranan Humas dalam Perusahaan. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Deddy Mulyana, 2007, Ilmu komunikasi ; Suatu Pengantar, Bandung : PT. Rosdakarya
- , 2005, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. PT. Raj aGrafindo. Jakarta.
- , 2001 ; Nuansa Nuansa Komunikasi, Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer, Bandung, PT. Rosdakarya
- Defleur & Dennis Mc. Quail, 2005 : Komunikasi Massa dan Aplikasinya ; Yogyakarta : Graha Ilmu
- Dessler, G. 1997. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jilid 1.Edisi 7. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Muhadjir .1970. Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif. Bandung : Taristo
- Soleh Soemirat, M.S & Drs. Elvinaro Ardianto, M.Si. 2002. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung : Rosdakarya
- Onong, Uchyana Effendy, 2004, Komunikasi dan Efek Komunikasi, Bandung, PT. Citra Umbara
- Pearson dalam Istijanto. 2006. Riset Sumber Daya Manusia Cara Praktis Mendeteksi Dimensi-dimensiKerja Karyawan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riswandi, 2009, Ilmu Komunikasi, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Wilbur Schramm1974, "How Communication Work" Dalam Jean M. Civikly, A