

**STRATEGI MEDIA RELATIONS UNTUK MEMBANGUN GOOD GOVERNANCE  
(Studi Kasus di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden)**

***MEDIA RELATIONS STRATEGY TO ESTABLISH GOOD GOVERNANCE (Case***

***Studies in the Bureau of the Press, Media and Information of the Presidential  
Secretariat)***

Zemia Prabarini Abimanyu

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

[zemiabimanyu@yahoo.com](mailto:zemiabimanyu@yahoo.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana strategi *media relations* untuk membangun *good governance* di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif ini menggunakan metode studi kasus dan berdasarkan paradigma konstruktivisme sosial. Narasumber sebanyak 6 (enam) orang yang merupakan perwakilan dari Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden dan Wartawan Kepresidenan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden turut mendukung *good governance* dengan melaksanakan 3 (tiga) prinsip *good governance* yaitu keterbukaan, akuntabilitas dan supremasi hukum. Disarankan agar Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden membuat SOP (Standar Operasi Prosedur) tertulis mengenai strategi *media relations* dan membuat situs resmi untuk mempermudah masyarakat mengakses informasi.

Kata kunci: Strategi *Media Relations*, *Good Governance*, Pemerintah

**ABSTRACT**

*This research aims to determine how the media relations strategy to establish good governance in the Bureau of the Press, Media and Information of the Presidential Secretariat. This research method is qualitative research which is using the case study method and based on the paradigm of social constructivism. The target of research are six (6) personnels who are representatives of the Bureau of the Press, Media and Information of the Presidential Secretariat and the Presidency Journalists. Data collected by interview and observation. The results showed that the Bureau of the Press, Media and Information of the Presidential Secretariat also support good governance by implementing three (3) the principles of good governance: transparency, accountability and the supremacy of law. It is recommended that the Bureau of the Press, Media and Information Secretariat of the President make a written SOP (Standard Operating Procedure) which is related to media relations strategy and establish a Web site to facilitate public access to information.*

*Keywords: Media Relations Strategy, Good Governance, Governance*

## 1. Pendahuluan

### Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan sistem pemerintahan yang terjadi di Indonesia sekarang ini, maka dituntut adanya paradigma baru dalam penyelenggaraan pemerintahan, yaitu paradigma sistem pemerintahan yang mengarah pada *good governance*. Dalam rangka melaksanakan TAP MPR RI nomor XI/MPR/1998 yang ditindaklanjuti dengan UU RI Nomor 28 Tahun 1999 maka untuk menciptakan terselenggaranya *good governance* dan upaya untuk mewujudkan aspirasi masyarakat dalam mencapai tujuan serta cita-cita bangsa bernegara diperlukan penerapan sistem pertanggungjawaban yang tepat dan jelas serta legitimate terhadap semua kegiatan dan hasil akhir dari penyelenggara instansi atau organisasi melalui suatu media pertanggungjawaban secara periodik dengan mematuhi prinsip keterbukaan (*transparancy*), akuntabilitas (*accountability*) dan keperansertaan (*participative*). Kantor-kantor pemerintah, seperti departemen, atau instansi pemerintah lainnya, mulai menyadari bahwa untuk membangun pemerintahan yang sehat, bersih dan berwibawa, sangatlah diperlukan banyaknya kritikan dan pendapat pihak lain atau pendapat publik.

Untuk mewujudkan tujuan seperti di atas maka dan agar dapat menjangkau lapisan masyarakat secara luas serta membangun era demokratisasi dan transparansi maka diperlukan bantuan media massa yang meliputi pers dan wartawan. Dapat diambil kesimpulan bahwa media massa merupakan kepanjangan tangan suatu organisasi dalam penyebaran informasi.

Kemudian Iriantara (2008:5) juga menjelaskan bahwa hubungan baik dengan media tentunya disertai dengan harapan agar berbagai kegiatan yang dijalankan organisasi diliput media secara jujur, akurat dan berimbang. Untuk mencapai maksud tersebut maka organisasi wajib mengembangkan hubungan yang kokoh dan erat dengan media cetak, media penyiaran dan, tak kalah pentingnya, menjalin hubungan dengan media *on line*. Tujuannya agar citra positif organisasi di mata para *stakeholder*-nya bisa terus terjaga dengan baik.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan dari prinsip *good governance* dalam pelaksanaan di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden.

### Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan aspek keterbukaan dan transparansi dalam pelaksanaan strategi *media relations* di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden?
2. Bagaimana penerapan aspek tanggung gugat atau akuntabilitas dalam pelaksanaan strategi *media relations* di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden?
3. Bagaimana penerapan aspek supremasi hukum dalam pelaksanaan strategi *media relations* di Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden?

### Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang berupa metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus beberapa pendapat dalam buku Prastowo, yang mengatakan bahwa metode penelitian tersebut dilakukan secara intensif dan mendetail terhadap suatu kasus, yang bisa berupa peristiwa, lingkungan dan situasi tertentu yang memungkinkan untuk mengungkapkan atau memahami suatu hal.

## 2. Dasar Teori

### Media Relations

*Media Relations* menurut Avrill yang dikutip oleh Iriantara (2005:28) yaitu *media relations* sebagai salah satu bagian dari PR yang merupakan sarana yang sangat penting dan efisien. Penting karena akan menopang keberhasilan program, dan efisien karena tak memerlukan banyak dana dan data untuk menginformasikan program yang hendak dijalankan dengan menggunakan teknik publisitas. Tujuan dari kegiatan *media relations* yaitu meningkatkan kesadaran, mengubah sikap dan mendorong tindakan. Kegiatan *media relations* tersebut menurut Ruslan (2008:187) antara lain konferensi pers, wisata pers, resepsi pers, *press gathering*, taklimat pers, keterangan pers dan wawancara pers.

### Strategi Media Relations

Berikut adalah cara-cara dalam melakukan strategi *media relations* menurut Iriantara (2008:80-97), yaitu pengelolaan relasi, pengembangan strategi dan pengelolaan jaringan. Jefkins dan Yadin (2003:116) mengatakan bahwa yang perlu diperhatikan oleh setiap praktisi humas dalam rangka menciptakan dan membina hubungan pers yang baik adalah sebagai berikut, memahami dan melayani media, membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya, menyediakan salinan yang baik, bekerjasama dalam penyediaan materi menyediakan fasilitas verifikasi dan membangun hubungan personal yang kokoh.

### Media Massa

Media massa menurut Burhan Bungin dalam Darmastuti (2012:57) adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Adapun peran media massa yaitu sebagai institusi pencerahan masyarakat, sebagai media informasi dan sebagai media hiburan. Bentuk-bentuk dari media massa itu sendiri yaitu televisi, radio, surat kabar, majalah, film dan internet.

### Hubungan Antara PR dan Media Massa

*Public relations* menurut Darmastuti (2012:3) membutuhkan media massa dan media massa membutuhkan *public relations*. Ungkapan ini tidak salah karena pada kenyataannya, dalam kegiatan sehari-hari, media massa dan *public relations* saling membutuhkan dalam menjalankan fungsinya. Di dalam menjalankan hubungan baik dengan media, menurut Iriantara (2005:84) perlu dilakukan oleh siapa saja yaitu semua anggota harus melakukannya. Koordinator media tentu harus menjalin hubungan baik dengan media, karena tanpa hubungan baik dengan media, fungsinya sebagai koordinator tidak akan bisa berjalan. Juru bicara pun harus menjalin hubungan baik dengan media, khususnya para wartawan, karena informasi yang hendak disampaikan akan menggunakan jasa para wartawan. Sedangkan penulis selain menjalin hubungan baik dengan media massa, juga menjalin hubungan baik dengan para wartawan sebagai personifikasi media massa.

### Good Governance

Menurut UNDP (*United Nations Development Program*) (1999) dalam Sedarmayanti (2013:270) secara umum, *governance* diartikan sebagai kualitas hubungan antara pemerintah dan masyarakat yang dilayani dan dilindunginya, *governance* mencakup 3 (tiga) domain yaitu *state* (negara/pemerintahan), *private sectors* (sektor swasta/dunia usaha), dan *society* (masyarakat). Oleh sebab itu, *good governance* sektor publik diartikan sebagai suatu proses tata kelola pemerintahan yang baik, dengan melibatkan *stakeholders*, terhadap berbagai kegiatan perekonomian, sosial politik dan pemanfaatan beragam sumber daya seperti sumber daya alam, keuangan dan manusia bagi kepentingan rakyat yang dilaksanakan dengan menganut asas keadilan, pemerataan, persamaan, efisiensi, transparansi dan akuntabilitas. *Good governance* memiliki 4 (empat) prinsip utama, yaitu akuntabilitas, transparansi, partisipasi dan supermasi hukum aparat birokrasi.

### 3. Pembahasan

Tugas dan kewenangan yang dilakukan oleh Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden sudah sesuai dengan apa yang tercantum dalam Peraturan Menteri Sekretariat Negara Nomor 2 Tahun 2011 Pasal 97 yang menyebutkan bahwa Biro Pers, Media, dan Informasi mempunyai tugas melaksanakan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pers dan media, peliputan dan analisis berita, dan pengelolaan informasi, data dan dokumentasi kegiatan Presiden dan/atau Istri/Suami Presiden, Tamu Negara dan kegiatan penting lainnya di dalam maupun di luar negeri, serta pengelolaan perpustakaan Kepresidenan. Dalam hampir setiap program yang dijalankan, Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden bekerja berdasarkan SOP (Standar Operasional Pelayanan) dan standar pelayanan sehingga mampu menjalankan kegiatannya dengan efektif dan efisien. Tetapi khusus strategi *media relations* Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden belum membuat SOP (Standar Operasional Pelayanan) dan standar pelayanan secara khusus. Strategi *media relations* yang dijalankan Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden adalah selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan media maupun wartawan.

### **Keterbukaan dan Transparansi**

Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden sudah melakukan transparansi dalam setiap kegiatannya. Antara lain dengan adanya keterbukaan informasi terhadap awak media mengenai setiap kegiatan Presiden yang dilakukan. Dengan membuka akses publik diharapkan agar Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden turut mempercepat pewujudan pemerintahan yang terbuka, hal ini sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang menyatakan dengan membuka akses publik terhadap informasi diharapkan badan publik termotivasi untuk bertanggung jawab dan berorientasi pada pelayanan rakyat yang sebaik-baiknya. Dengan demikian, hal itu dapat mempercepat perwujudan pemerintahan yang terbuka yang merupakan upaya strategis mencegah praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN), dan terciptanya pemerintahan yang baik (*good governance*).

Sebagai sarana untuk menunjang keterbukaan informasi yang dilakukan oleh Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden selain melalui *website* Kepresidenan juga dengan melibatkan media massa. *Website* sebagai media baru saat ini dapat membuat komunikasi dua arah karena masyarakat dapat dengan bebas mengakses informasi mengenai Presiden.

Untuk hal-hal yang dianggap rahasia negara Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden memberikan keterbatasan akses informasi untuk tidak dipublikasikan. Ini sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik Pasal 2 Butir 4 yaitu informasi publik yang dikecualikan bersifat rahasia sesuai dengan Undang-Undang, keputusan, dan kepentingan umum didasarkan pada pengujian tentang konsekuensi yang timbul apabila suatu informasi diberikan kepada masyarakat serta setelah dipertimbangkan dengan saksama bahwa menutup informasi publik dapat melindungi kepentingan yang lebih besar daripada membukanya atau sebaliknya.

### **Akuntabilitas**

Sasaran penerapan prinsip *good governance* dalam hal akuntabilitas yang dilakukan Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden yang pertama yaitu, kepada pegawai Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden itu sendiri yang berupa penilaian kinerja. Yang kedua yaitu, kepada wartawan Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden membuat ketentuan yang harus diikuti pada saat peliputan yang sesuai dengan tata tertib wartawan yang telah ditetapkan oleh Kepala Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden. Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden hanya membatasi wartawan dalam hal tata busana saat peliputan.

### **Supremasi Hukum**

Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden perlu mengetahui dan memahami dengan baik Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI). Untuk media, Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden memberikan kebebasan pers dengan tidak mengintervensi atau bersikap netral terhadap pemberitaan yang dipublikasikan oleh media. Tetapi pers nasional pun menurut Undang-Undang tersebut dalam Pasal 6 juga harus berkewajiban dalam menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan hak asasi manusia, serta menghormati kebhinekaan. Dengan mengetahui ketujuh prinsip dan Undang-Undang tentang Pers tersebut, maka Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden akan bersifat netral terhadap pemberitaan atau informasi yang diungkapkan oleh Wartawan Kepresidenan, serta menjamin kebebasan pers bagi media yang meliput di Istana.

## **4. Kesimpulan**

Dari keterbukaan dan transparansi penulis menyimpulkan dalam pelaksanaan strategi *media relations* Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden melakukan keterbukaan dan transparansi dengan membuka akses public untuk menunjang keterbukaan informasi dengan cara melibatkan media massa dan wartawan serta penggunaan *website*. Membuka akses publik tersebut antara lain dengan cara memberikan kesempatan kepada wartawan untuk dapat menjadi Wartawan Kepresidenan sehingga media dapat mempublikasikan hasil peliputan wartawannya tersebut secara terbuka. Dengan adanya *website* Kepresidenan, masyarakat mampu mengetahui kegiatan mengenai Presiden baik itu dokumentasi acara hingga transkrip pidato secara mudah dan kapan pun. Sedangkan untuk wartawan, dapat menyamakan pandangan dari berbagai media yang meliput dengan menampilkan transkrip pidato yang utuh. Tetapi untuk saat ini *website* Kepresidenan tidak dapat diakses dikarenakan peralihan pemerintahan. Dan hingga saat ini *website* tersebut bukan dikelola langsung oleh Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden. Kemudian keterbukaan dan transparansi dibatasi untuk hal-hal yang bersifat rahasia negara.

Dari akuntabilitas penulis menyimpulkan Pertanggungjawaban yang diterapkan oleh Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden yaitu dengan membuat SKP (Standar Kinerja Pegawai) untuk internal staf Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden, tata tertib wartawan serta kewajiban media dalam mempertanggungjawabkan kinerja wartawannya.

Dari supremasi hukum penulis menyimpulkan Penegakan supremasi hukum yang dilakukan oleh Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden adalah dengan mengacu kepada Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) serta Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, sehingga dengan mengacu kepada dua hal tersebut Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden bersifat netral dan mendukung kebebasan pers.

### Daftar Pustaka

- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasinya*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank dan Yadin. 2003. *Public Relations, cet. V*. Jakarta: Erlangga.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi Dan Praktik, Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sedarmayanti. 2009. *Reformasi Administrasi Publik, Reformasi Birokrasi, Dan Kepemimpinan Masa Depan*. Bandung: Refika Aditama.