

HUMAS & HUBUNGAN PERS (MEDIA RELATIONS)



PERANAN MEDIA RELATIONS DALAM STRATEGI KEHUMASAN

Sasaran utama Humas

Strategi program kerja humas

Corporate PR

Stake holder relations

Marketing PR

- In house journal
- Publikasi eksternal & internal
- Special events programmes
- Iklan perusahaan & sponsorship
- Community responsibility & social care

- Employee relations
- Publik eksternal
- Customer relations
- **Media & press relations**
- Pressure group relations
- Government relations
- Community relations
- Business & investor relations

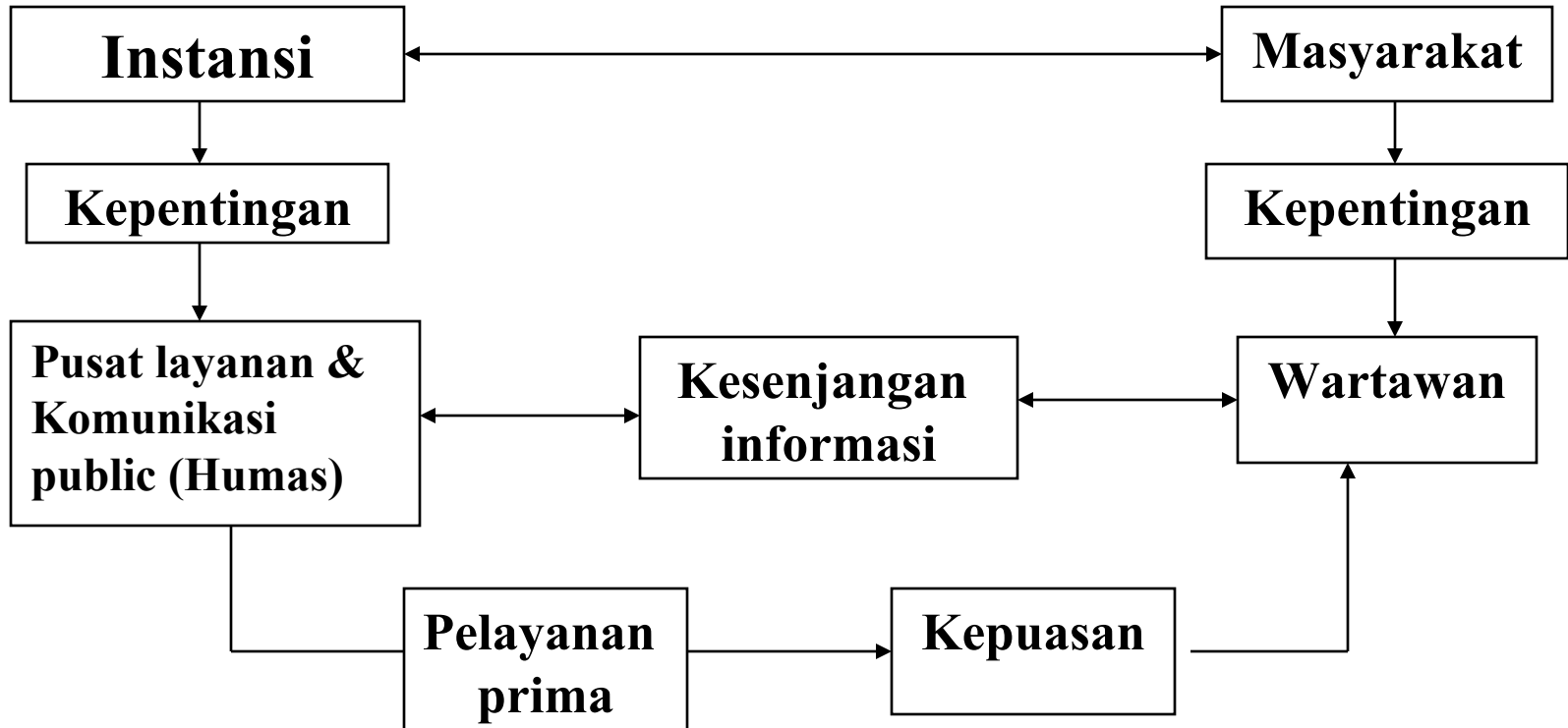
- Peluncuran & publikasi produk
- Iklan layanan masyarakat
- Advertorial
- Special event : promotion & publications programmes
- Road show & business presentation



MENGAPA MEDIA RELATIONS ?

- Terjadi kesenjangan pelayanan informasi kehumasan
- Sering terjadi ketegangan antara petugas humas (PRO) dengan wartawan (media)

Alur pikir kesenjangan



Pertentangan & Perbedaan Antara Fungsi & Tugas

Wartawan

Berupaya mencari :

1. Issue (rumor)
2. News value
3. Sensational
4. Berita sisi negatif



Berita

Humas

Berupaya memperoleh :

1. Publisitas positif
2. Superlatif/puff
3. Promosi/pengenalan
4. Berita segi positif



Citra

The background features five circles of varying shades of light purple and blue, arranged in a horizontal line. Some are solid, while others are hollow outlines.

Bagi pers, perolehan informasi bukan hanya dari humas, sehingga :

- Humas perlu memahami, mempelajari, menghargai institusi pers & peran sertanya.
- Humas perlu memahami mengenai seluk beluk organisasi & kerja pers

Apa fungsi Pers bagi masyarakat?

- Selain fungsi informasi & hiburan, pers mewakili masyarakat untuk mengevaluasi & mengkritik pemerintah khususnya & kebijakan lain pada umumnya.

Informasi apa yang layak dimuat oleh pers ?

- Memiliki nilai-nilai aktual & interest
- Lengkap
- Akurat
- Komprehensif
- Diperoleh cepat & tepat pada waktunya (24 jam)

Tujuan humas bekerja sama dengan pers

- Pengenalan (*awareness*)
- Mencari publisitas (*publicity*)
- Peluncuran suatu produk (*product launching*)
- Kegiatan kampanye (*campaign*)
- Mempengaruhi opini publik (*public opinion*)
- Menetralisir berita negatif

Bentuk kerjasama humas dgn pers

- *Kontak resmi :*

1. Dpt dikontrol (*under controlling*) oleh pihak humas krn pengendalian berita sepenuhnya di pihak hms;
2. Publikasi pemberitaan tidak menyimpang jauh dari tema pembicaraan dan tujuan yg disiapkan humas.

- *Kontak tidak resmi*

Pemberitaan/publikasi tdk dpt dikontrol penuh oleh humas karena yg mempunyai inisiatif membuat dan mengendalikan berita adalah pers

Kontak resmi


- Konferensi pers (*Press conference*)
- Wisata pers (*Press tour*)
- Resepsi pers (*Press reception*) & *Press Gathering*
- Taklimat Pers (*Press briefing*)

Konferensi pers (*Press conference*)

- Pertemuan resmi dengan pers yang telah ditetapkan waktu, tempat, temanya
- Pejabat humas bertindak sebagai narasumber
- Wartawan diundang secara resmi & didaftar sebagai peserta

Wisata pers (*Press tour*)

- Wartawan diundang untuk berkunjung ke suatu tempat pada event khusus untuk meliput secara langsung kegiatan tsb.
- Contoh : Kunjungan dinas bersama pejabat tinggi negara untuk meliput berbagai kegiatan



Resepsi pers (*Press reception*) & *Press Gathering*

- Jamuan pers bersifat sosial untuk mengikat tali silahturahmi.
- Contoh : Buka puasa bersama, Natal bersama, pertandingan olahraga, dll

Taklimat Pers (*Press briefing*)

- Bentuk jumpa pers resmi yang diselenggarakan secara periodik tertentu, pada awal/akhir bulanan atau tahunan oleh pihak humas atau pimpinan perusahaan, dan pejabat tinggi instansi bersangkutan




Kontak tidak resmi


- Keterangan Pers (*Press statement*).
Pertemuan dengan pers tanpa ada undangan resmi.
- Wawancara pers (*Press interview*).
Biasanya inisiatif wawancara datang dari pers.



Membina hubungan pers yang harmonis

- Sikap terus terang & ramah, namun tetap tegas & profesional
- Saling memahami fungsi, kewajiban, & tugas profesi yang disandang
- Akrab namun tetap menjaga jarak demi menjaga rahasia organisasi/lembaga

- 
- Mengenal siapa Pemred, Wapemred, Redpel, redaktur halaman & para reporter yang bertugas pada setiap bidang atau liputan beritanya
 - Meminta kartu nama
 - Jangan menutupi saluran informasi ketika sedang menghadapi masalah
 - Tidak perlu mengemis pada pers demi publisitas

- 
- Dalam menerima pers bersikap wajar & tidak ragu-ragu atau penuh kecurigaan
 - Melayani pers sebaik-baiknya, namun tetap bijaksana dalam memberi informasi
 - Memberikan tanda perhatian kepada pers secara individu ataupun lembaga media/penerbitnya
 - Pemberian iklan *goodwill*
 - Proyek publikasi / promosi bersama

Kondisi Humas Pemerintah di Indonesia



- Keterbatasan anggaran
- Program layanan & tingkat hasil yang tidak jelas
- Kurang SDM yang profesional
- Sulit memantau opini & keinginan publik
- Status & fungsi tidak penting dalam organisasi (Depkominfo, 12-13 Desember 2006)

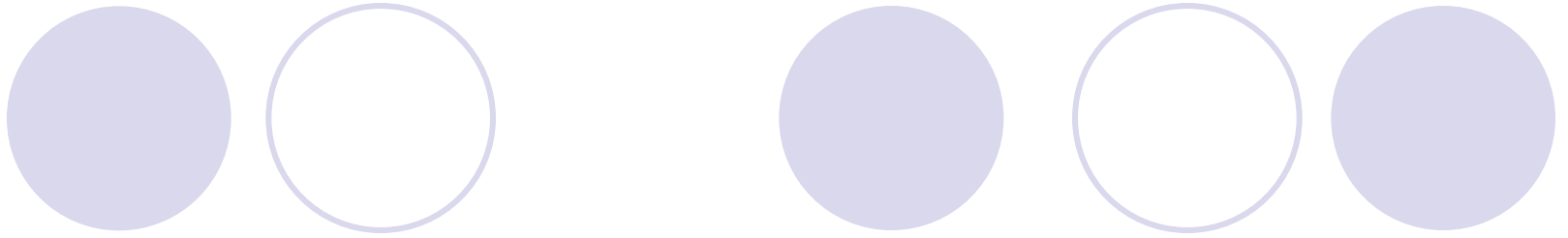


Kondisi manajemen informasi lembaga humas pemerintah

- Kerjasama antar lembaga terbatas
- Arus informasi belum lancar
- Manajemen belum aktual

Apa kata wartawan thd pelayanan kehumasan di Departemen / Non Departemen ?

- Tingkat kemudahan dihubungi rendah (komunikasi masih birokratis, baik vertikal, diagonal, maupun horizontal)
- Kurang memelihara naskah menyangkut tugas Departemen / Non Departemen secara lengkap & tepat
- Kurangnya pengumuman berita yang faktual & ringkas



- Tidak cepat dalam menanggapi media
- Kurang cepat memberikan akses ke manajemen puncak / menengah
- Kemampuan jurnalistik rendah
- Pengetahuan humas tentang organisasi & tata kerja pers rendah



- Pengetahuan & penerapan teknologi informasi yang rendah
- Pengangkatan/promosi jabatan humas belum berdasarkan pada standart fungsionalisasi persyaratan kehumasan
- Peralatan / sarana kehumasan yang kurang mendukung koordinasi