

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

Nofebri Tri Rusma Putra¹

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban,
Universitas Paramadina, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan 12790
berifebri@gmail.com

Shabrina Hazhiya²

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban,
Universitas Paramadina, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan 12790
hazhiyashabrina@gmail.com

Abstract

Maintaining a good relations with the media is very important for public relations (PR). Due to the media is used for publication where all information about the company is distributed, therefore it also means to build reputation. Currently the media is a reference for the public to move and act, the public seems following the media to behave in accordance with existing issues. If the media leads the public in a negative direction, this will have an unfavourable impact on the company because it can affect the company's reputation. This study aims to determine how KPCPEN's strategy in fostering media relations in handling Covid-19 in 2021, using descriptive qualitative research methods. Media relations is a part of public relations activities carried out in an organization, company, or government agency as a strategy in carrying out public relations/PR functions to achieve certain purposes.

Keyword: Covid-19, KPCPEN, Media Relations, Pers, Public Relation

Abstrak

Menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan media amatlah penting bagi seorang hubungan masyarakat (humas). Sebab media adalah sarana publikasi, dimana segala informasi tentang perusahaan disalurkan selain itu media juga merupakan sarana untuk membangun reputasi. Saat ini media merupakan acuan public untuk bergerak dan bertindak, publik seolah digiring oleh media untuk berperilaku sesuai dengan isu yang ada. Pasalnya jika media menggiring publik ke arah yang negatif maka hal ini akan membawa dampak yang kurang menguntungkan bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi reputasi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi KPCPEN dalam membina hubungan media pada penanganan Covid-19 tahun 2021 dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Media Relation menjadi salah satu bagian dari kegiatan *public relations* yang dilakukan dalam suatu organisasi, perusahaan, maupun lembaga pemerintahan sebagai strategi dalam pelaksanaan fungsi humas/PR untuk mencapai tujuan tertentu.

Kata Kunci: Covid-19, Hubungan Media, KPCPEN, Hubungan Masyarakat, Pers

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

PENDAHULUAN

Media Relation merupakan salah satu bagian dari kegiatan Public Relations yang dilakukan dalam suatu organisasi, perusahaan, maupun lembaga pemerintahan sebagai strategi dalam pelaksanaan fungsi humas/PR untuk mencapai tujuan tertentu (Iriantara, 2005). Kegiatan media relations merupakan salah satu hal yang sangat penting dilakukan oleh seorang public relations bagi suatu lembaga, karena media akan membantu menyebarkan informasi mengenai kebijakan, kegiatan atau hal-hal penting yang telah direncanakan oleh lembaga (Iriantara, 2005)

Pemberitaan dari media terkadang dapat berbeda dari satu media dengan media lainnya, dikarenakan adanya perbedaan sudut pandang dari jurnalis yang menulis berita tersebut. Berita negatif memberikan pengaruh terhadap pembentukan opini masyarakat, hal ini menguntungkan bagi pihak media, sehingga media menganggap *a bad news is a good news* (berita buruk adalah berita baik). Seorang humas/PR tidak dapat membiarkan berita terkait lembaga mereka beredar tanpa kontrol, karena akan berpengaruh pada citra dan juga kepercayaan publik terhadap lembaga, untuk itu diperlukan adanya kegiatan media relations atau hubungan dengan media yang dilakukan oleh seorang humas/PR.

Disini humas/PR berperan menjaga hubungan dengan media guna memudahkan mencakup publik yang luas dari lembaga tersebut. Menurut IPRA (*International Public Relations Association*) Hubungan Masyarakat

(Humas) merupakan terjemahan bebas dari Public Relations. Kata Public pada kata Public Relations sendiri dapat diartikan sebagai kelompok masyarakat yang memiliki minat, perhatian dan kepentingan yang sama terhadap suatu objek, institusi, organisasi atau lembaga tertentu (Syarifuddin S, Gassing and Suryanto, 2016).

Komite Penanganan Covid-2019 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (disingkat KPCPEN) sebuah komite yang dibentuk oleh pemerintah dalam pemulihan ekonomi dan penanggulangan penyakit Covid-2019 dan Pandemi di Indonesia. Komite ini dibentuk tanggal 20 Juli 2020 sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2020. Meskipun KPCPEN memiliki website nya sendiri yaitu covid19.go.id KPCPEN tetap harus memiliki media relation antara humas/PR dengan berbagai media agar informasi terkait dengan covid dapat tersampaikan ke berbagai kalangan. Dalam melaksanakan tugasnya, Gugus Tugas dibantu oleh Sekretariat yang berkedudukan di Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) (Kinanti and Hardiyanti, 2022).



Gambar 1. Website KPCPEN
(Sumber: <https://covid19.go.id/id>)

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

Maka dalam media relations diperlukan strategi seorang humas/PR karena media relations merupakan bentuk dari strategi komunikasi seorang humas/PR dalam menjaga hubungan dengan media. Namun, secara ilmiah tetap perlu dipertanyakan seberapa tepat strategi media relations KPCPEN yang ditujukan untuk menumbuhkan informasi yang benar dan akurat dari media hingga terbentuk hubungan baik, yang pada akhirnya membentuk kepercayaan publik pada penanganan Covid-19 di tahun 2021. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik meneliti bagaimana strategi KPCPEN dalam membina hubungan media pada penanganan Covid-19 tahun 2021.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena melalui hubungan dengan pers secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, karena peneliti dalam mengumpulkan data yang akurat melalui informasi yang diperoleh secara faktual.

Subjek untuk key informan pada penelitian ini adalah 2 orang Humas KPCPEN, Lalu Ahmad Hamdani sebagai Media Relation dan Asisten Tenaga Ahli Komunikasi Sosial Politik Masyarakat KPCPEN (2020-2021) dan Dewan Republikan sebagai Public Relation KPCPEN. Kemudian subjek informan berikutnya adalah 6 orang wartawan media, diantaranya Dwininta Widyastuti sebagai

Produser CNBC Indonesia TV, Pradanna Putra Tampi sebagai Pewarta Kantor Berita Antara (Penugasan di Biro Humas dan Fasilitasi Dukungan Strategis Kementerian BUMN), Fredy Cahya sebagai Reporter Liputan 6 SCTV, Azhfar Muhammad sebagai Reporter Antara TV, Mehdi Hairi Yazdi sebagai Reporter Indosiar dan Adi Wiranata sebagai Reporter TV Tani Indonesia

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah membina hubungan media humas/PR dengan Pers. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara mendalam dan observasi non partisipan, karena peneliti mewawancarai sumber tidak terencana yang terkadang ada pertanyaan di luar konteks dan peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan. Validasi data pada penelitian ini menggunakan Triangulasi Sumber untuk memberikan keabsahan data. Triangulasi sumber yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Averill, Media Relations merupakan sebagai salah satu bagian dari public relations yang merupakan sarana yang sangat penting dan efisien. Penting karena akan menopang keberhasilan program, dan efisiensi karena tak memerlukan banyak daya dan dana untuk menginformasikan program yang hendak dijalankan dengan menggunakan publisitas (dalam Iriantara, 2005).

Menurut Jefkins (2004) ada 6 cara membina hubungan baik dengan pers, agar

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

hubungan dengan media yang selama ini tercipta bisa terus terjaga dengan baik kiat membangun hubungan yang baik diantaranya *servicing the media, establishing a reputation for reliability, supplying good copy, cooperation in providing material, providing verification facilities* dan *building personal relationship with the media* (Nuridin, 2008). Dalam membina hubungan media pada penanganan Covid-19 tahun 2021, KPCPEN menggunakan strategi media relation dengan 6 cara tersebut.

1. *Servicing the media* (memahami dan melayani media).

Selama pandemi melanda Indonesia pada tahun 2021 KPCPEN menjadi perpanjangan tangan pemerintah untuk menyuarakan kampanye perubahan kebiasaan masyarakat untuk menjaga protokol kesehatan dan memberikan data update Covid-19 setiap harinya. Tentunya Humas KPCPEN membutuhkan media sebagai alat penyampai informasi secara besar kepada masyarakat. Karena itulah humas KPCPEN sangat memahami kebutuhan media untuk pemberitaan dan kebutuhan humas/PR untuk publikasi. Media relations merupakan salah satu tugas utama para praktisi humas/PR, dan untuk meningkatkan hubungan media, mereka harus memperhatikan pandangan wartawan secara menyeluruh (Umit Atabek, 2020).

“Selama masa pandemi awal di 2020 hingga 2021 memang kerja humas

KPCPEN sangat terasa lewat kampanye perubahan kebiasaan masyarakat untuk pakai masker, cuci tangan dan menghindari kerumunan. Setiap jam 4 sore selalu ada update terkini perkembangan kasus Covid, varian baru yang masuk ke RI hingga update kapasitas rumah sakit penanganan Covid. Ini sangat membantu sekali, dan ketika juru bicara menyampaikan keterangan pers, penyampaiannya disertai dengan grafik data yang mendukung. Setiap sesi konpers ini dinantikan bahkan banyak media televisi saat itu pasti akan membuat sesi Breaking News khusus untuk mengawal konferensi pers juru bicara KPCPEN.

“Kemudian belanja iklan yang digelontorkan lewat BNPB maupun KPCPEN pasti besar banget ya buat kampanye perubahan kebiasaan masyarakat di masa covid 19. Pasti saat kampanye itu humas juga kerjanya banyak. di CNBC Indonesia saja waktu itu sampai ada paket iklan sekitar 3 bulan khusus untuk mendukung kampanye perubahan kebiasaan masyarakat. Kampanye ini bisa aja jadi membosankan, tapi humas KPCPEN pintar sih dengan dibuat banyak tema soal perubahan kebiasaan ini, mulai dari cara lansia olahraga ringan agar badan punya imun kuat, tetap tertib pakai masker di transportasi umum, cara ibu hamil menjauhi covid, dsb. Humas KPCPEN juga rajin buat talkshow hybrid yang

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

menghadirkan narsum on location di tempat event yaitu medan merdeka serta panel narsum by zoom. Ini narsumnya expert ya kayak dokter, ahli gizi, atau ada penyintas covid juga. Kemudian untuk kesempatan berbincang dalam program dialog di TV, humas KPCPEN juga aktif sih menerima undangan dan mencari narasumber (Dwininta, September 2022)”.

Berikutnya untuk membangun hubungan baik tentunya juga harus dibangun dengan berbagai cara, salah satunya dengan saling memahami dan mengenali tujuan masing-masing.

“Cara membangunnya dengan kenali, dekati, eksekusi. Kenali lebih awal seperti apa karakter individu maupun kultur PR di lingkungan tersebut. Jika sudah mengenali baik buruknya, dekati untuk penjajakan tujuan. Namun, jangan langsung pada konteks B to B, karena beberapa PR masih menerapkan prinsip ‘tunggu dekat’ dulu atau kalau ‘dia butuh’. Kedepankan untuk peliputan yang sifatnya tidak B to B. Jika waktunya sudah tepat (melihat peluang di lapangan) baru eksekusi B to B bermodalkan karya dan kemampuan Jurnalis mengolah berita baik dalam bentuk teks, foto, video maupun infografis (Pradanna, Desember 2022)”.

2. **Establishing a reputation for reliability (membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya).**

Manfaat media dalam mempengaruhi

masyarakat, dengan menggunakan media massa mempengaruhi masyarakat dalam membangun citra positif organisasi. Penggunaan media massa merupakan salah satu strategi yang dianggap paling efektif untuk membantu melakukan tugas humas/PR dalam menjangkau masyarakat luas. Membangun citra positif dan nama baik dengan menggunakan media massa, baik media cetak, media elektronik maupun internet merupakan cara yang efektif (Darmastuti and Rini, 2012).

Didalam buku karya Frank Jefkins (2004) dijelaskan bahwa media relations adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas/PR dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Setelah saling memahami kebutuhan masing-masing, dilanjutkan dengan membangun reputasi yang saling terpercaya dengan menyediakan atau memasok materi yang akurat, lengkap, yang terpercaya dimana saja dan kapan saja oleh humas/PR KPCPEN untuk kebutuhan media/jurnalis. Jika reputasi sudah terbangun maka akan terdapatnya hubungan yang ideal antara humas/PR dengan jurnalis/media.

Ruang Pers penting bagi praktisi PR dalam meningkatkan hubungan media pada ekosistem media baru yang berkembang pesat. Karena lingkungan

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

online menjadi lebih kompleks, hubungan media telah berubah untuk baik praktisi humas maupun jurnalis (Umit Atabek, 2020).

“Hubungan yang ideal menurut saya adalah saling menguntungkan dalam artian dari sebuah pemerintahan ada pengaruhnya dalam KPI pemberitaan, dapat dengan mudah dicerna masyarakat dan sebaliknya dengan media selayaknya kita mereka juga punya KPI dan apabila hubungannya sudah bagus kan lebih gampang apabila ada isu yang bisa digarap. Dan wartawan yang itu adalah wartawan yang melakukan riset dan menggali dari sumber yang terpercaya. Selain itu wartawan yang cover both side dalam pemberitaan, dan tidak hoax dan tidak mudah disogok dan meminta sogokan (Dewan Republikan, Juni 2022).

“Sebenarnya kan hubungan timbal balik dan saling membutuhkan. Jurnalis butuh hubungan baik dengan PR untuk mengakses pemberitaan. Ya harapannya, karena ada hubungan timbal balik. Ya kalau jurnalis butuh bisa merespon, dan waktu PR butuh jurnalis juga akan merespon dengan baik. Dan humas/PR yang baik itu pastinya yang mudah untuk dihubungi dan membuat pernyataan mudah untuk dicerna, kadang PR bikin kalimat tidak efektif. Bukan hanya ngerti perusahaannya, tapi juga mengerti dengan media (Dwininta Widyastuti, September 2022)”

“Hubungan baik itu bisa dibangun dengan saling menghormati, menggunakan tutur bahasa yang sopan dan saat ingin membuat suatu liputan kita harus mengikuti prosedur yang ada seperti perijinan. Kita bisa lebih kenal baik secara individu atau productknlowlage tentang perusahaan. kalau di sisi lain kita bisa dapat link bagus dari menjalin hubungan yang baik dalam dunia jurnalis atau bidang tentang perusahaan tersebut (Fredy Cahya, Desember 2022)”

“Keuntungan menjalin hubungan dengan Humas/PR dalam bisa mendapatkan informasi AI dan akurat, karena humas orang terdekat di perusahaan. karena humas yang menjembatani ketika butuh untuk diskusi dan wawancara dengan atasan di sebuah perusahaan atau instansi tersebut (Azhfar Muhammad, Desember 2022)”

3. **Supplying good copy (menyediakan salinan yang baik).**

Sam Black & Malvin L. Sharpe (1988) menyatakan bahwa media relations lebih kepada hubungan antara organisasi dengan media. Definisinya adalah hubungan antara suatu organisasi dengan pers, radio dan televisi secara dua arah atau dua pihak. Publikasi yang maksimal tidak hanya dari sisi jumlah media yang memuat, melainkan juga penyampaian informasi yang lengkap, serta berada di posisi yang strategis atau mudah dibaca,

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

didengar atau ditonton oleh pemirsa.

KPCPEN merupakan lembaga yang dibentuk tahun 2021 dan sebagai perpanjangan tangan pemerintah selama pandemi melanda Indonesia. Karena keterbatasan untuk bertemu secara langsung, humas KPCPEN sangat aktif dalam menyediakan data salinan untuk awak media dan wartawan seperti press rilis, webinar melalui zoom dan diskusi secara online.

“KPCPEN berperan aktif dalam menyampaikan informasi melalui press rilis untuk para wartawan yang menjadi acuan kepada wartawan untuk menyampaikan informasi lebih lanjut (Fredy Cahya, Desember 2022)”

“Untuk press rilis setau saya sudah disebar ke seluruh Indonesia (Pradanna, Desember 2022)”

“Humas pasti memberikan informasi, karena semua data covid humas dan lembaganya sangat transparan, kita bisa mendapatkan dan menemukan di situs yang berhubungan dengan Covid-19 atau penanganan (Azhfar Muhammad, Desember 2022)”

“Mereka tetap merespon dan memberikan informasi terkini dan publikasi baik dengan streaming, media sosial dan itu merupakan cara menjalin komunikasi yang dilakukan oleh humas KPCPEN dengan pers dan media (Adi Wiranata, Desember 2022)”

4. *Cooperation in providing material (bekerja sama dalam penyediaan materi).*

Karena pekerjaan praktisi humas/PR berkaitan erat dengan wartawan, maka kedua belah pihak harus bekerjasama dengan baik dalam mencapai tujuan masing-masing. Humas/PR bekerja sama dengan wartawan dalam menyediakan materi yang akan digunakan oleh wartawan sebagai bahan pemberitaan dan humas/PR juga bekerja sama dengan pihak terkait mengenai data yang akan disampaikan oleh juru bicara.

“Kita humas KPCPEN melakukan fungsi humas pada umumnya. Menjadi tempat pertama bagi jurnalis untuk mencari informasi, namun kita tidak diberikan tanggung jawab untuk menyampaikan statement. Ketika jurnalis ingin mewawancarai narasumber lewat humas, nanti humas akan menghubungkan dengan narasumber tentang Covid-19. Kemudian komunikasi humas dan juru bicara juga sangat intens untuk menentukan, karena tidak semua informasi baik dan buruk disampaikan ke masyarakat dan sangat sensitif dan mengetahui dampak baik dan buruknya. jadi humas akan memilihkan talking point yang akan disampaikan kepada masyarakat oleh juru bicara (Lalu Ahmad Hamdani, Agustus 2022)”

Dalam pembuatan materi yang akan disampaikan oleh juru bicara Covid-19,

KPCPEN juga bekerja sama dengan juru bicara karena juru bicaralah yang memiliki data sesuai dengan spesialis masing-masing. Humas KPCPEN akan menarasikan data yang diberikan oleh juru bicara dan narasi yang telah dibuat oleh humas KPCPEN itulah yang akan disampaikan oleh juru bicara saat siaran pers update Covid-19.

“Karena mereka adalah spesialis yang memahami materi yang akan disampaikan kepada publik. Contohnya biofarma tentang logistik vaksin. itu tidak diwakilkan oleh juru bicara kementerian kesehatan. Walaupun berhubungan dengan kesehatan. Sementara kami tidak punya spesialisasinya dan secara normatif juga tidak baik untuk menyampaikan hal tersebut. Juru bicara dari Kementerian Kesehatan ada Nadia, dari Istana utusan presiden adalah dr reisa, dari Biofarma ada pak Bambang, dari BPOM adalah ibu dr Riska dan yang ke 5 adalah prof Wiku, kelima juru bicara ini dibantu oleh humas KPCPEN (Lalu Ahmad Hamdani, Agustus 2022)

5. Providing verification facilities (menyediakan fasilitas verifikasi)

Karena keterbatasan di masa pandemi Covid-19 yang membuat siaran pers hanya dilakukan secara daring oleh KPCPEN, para wartawan media juga sering menghubungi kembali para humas KPCPEN untuk memvalidasi materi yang sudah disampaikan oleh juru bicara. Selain

validasi data yang disampaikan, Humas KPCPEN pun juga menjembatani jika wartawan ingin bertanya dan melakukan dialog khusus dengan juru bicara terkait update Covid-19 sesuai dengan spesialis yang ingin diwawancarai oleh pihak wartawan.

“Jika jurnalis ingin bertanya lebih lanjut kepada juru bicara di luar preskon atau informasi resmi, jurnalis bisa menitipkan pertanyaan kepada humas KPCPEN nanti akan disampaikan kepada juru bicara baik melalui teks atau melalui wawancara langsung telpon ataupun langsung. Sangat jarang terjadi jurnalis langsung menghubungi juru bicara. dan biasanya melalui humas karena lebih mudah sebab juru bicara hanya fungsi tambahan masa pandemi karena mereka pejabat lembaga yang menjalankan tugasnya sehari-hari dan komunikasinya kita yang handle (Lalu Ahmad Hamdani, Agustus 2022)”

“Jika ada jurnalis yang bertanya kepada humas, akan disampaikan kepada juru bicara atau membuat jadwal untuk pertemuan antara jurnalis dan juru bicara karena cuma mereka yang diperbolehkan secara resmi untuk menyampaikan kepada publik. Juru bicara kan memberikan raw data-data detail sesuai dengan spesialis mereka kepada humas. dan humas yang membuatkan dan menerjemahkan data” agar disampaikan dengan mudah oleh juru bicara. masing-masih juru

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

bicara (Lalu Ahmad Hamdani, Agustus 2022)”

6. **Building personal relationship with the media (membangun hubungan yang kokoh)**

Menurut Frank Jefkins (2004), *"The role of press relations is to achieve maximum publication or broadcasting of PR information in order to create knowledge and understanding."* Dengan kata lain, media relations adalah salah satu kegiatan PR untuk menjalin hubungan baik dengan media baik secara formal maupun informal agar publikasi mengandung informasi yang positif sehingga dapat meningkatkan citra baik organisasi atau perusahaan.

Kejujuran, keterbukaan dan saling pengertian dari praktisi humas KPCPEN sangat dirasakan oleh para wartawan yang meliput tentang update Covid-19 di tahun 2021. Karena dengan cara seperti itulah hubungan personal yang kokoh akan terpelihara dengan baik dan hubungan yang baik akan menghadirkan implikasi yang baik.

"Hubungan media dengan wartawan sangat penting bagi kami humas KPCPEN karena medialah yang membantu mempublikasikan suara dan sebagai corong atau penyambung lidah perusahaan terlebih saya berada di pemerintahan yang mana tingkat kepercayaan masyarakat di selain ibukota ini kurang. Media Relation bisa juga

sebagai amplifikasi dari apa yang dilakukan oleh sebuah pemerintahan (Dewan Republikan, Juni 2022).

Jika sebelumnya para praktisi PR lebih banyak berhubungan dengan media serta mengandalkan media dalam setiap aspek kegiatan, maka perkembangan teknologi menuntut untuk bisa menggunakan dan memanfaatkan fasilitas web dalam menjalankan strategi media relations (Dewi, 2012).

"Karena keterbatasan bertemu langsung dengan wartawan sehingga membuat kita switch ke virtual seperti zoom, youtube dll untuk menyampaikan informasi. karena tidak bisa seperti sebelum pandemi yang bisa bertemu langsung dengan para jurnalis. hubungannya dengan chat, telfon, zoom dan virtual agar hubungan media relatin anatar kami dan para waratawna tetap terjaga (Lalu Ahmad Hamdani, Agustus 2022)”

"Karena tim komunikasi publik KPCPEN ini dibentuk secara sementara pada saat Covid-19 merebak yang mana itu adalah wabah yang baru, tugas kami hanya melakukan publikasi dengan cara diseminasi press release, dialog produktif yang bisa disaksikan wartawan, webinar, podcast, dan konferensi pers yang mana semua isunya related dengan isu-isu kesehatan dan ekonomi yang sedang berjalan sehingga bisa menjawab dan menjadi bahan pemberitaan media sesuai dengan agenda setting yang sudah

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

ditentukan oleh Presiden, Kementerian dan Kelembagaan. Tetapi, kami juga secara personal berhubungan baik dengan wartawan dan komunitas di daerah dalam hal bertukar informasi, keresahan dan isu, apa yang mereka butuhkan kami sediakan (Dewan Republikan, Juni 2022)”

Profesi PR dan jurnalis memiliki hubungan yang erat dan saling bergantung satu sama lain. Kedua profesi ini sadar akan tugasnya masing-masing dan tidak ingin membentuk kedekatan yang erat dikarenakan takut akan ada bias yang terjadi (Koch, Obermaier and Riesmeyer, 2017).

Dalam membina hubungan baik dengan pers tentunya telah tercatat dalam tugas pokok dan fungsi dari aturan kerja, tugas dan tanggung jawab masing-masing dan prinsip yang diterapkan bersifat kekeluargaan namun tetap profesional (Sulistia Syamsuri and Riyodina Ganefsri Pratikto, 2021).

“Hubungan baik itu sebenarnya dikelola seperlunya saja, karena jurnalis itu gak boleh terlalu dekat yang nantinya sampai bias dalam melakukan pemberitaan. Dalam arti kedekatan itu tidak sampai mengganggu arah pemberitaan. Jurnalis butuh mereka untuk pemberitaan, mereka juga butuh kita untuk pencitraan. Jadi selama pemberitaannya yang gak menyudutkan, itu sudah menjalin hubungan baik (Dwininta Widyastuti, September 2022)”

“Cara menjaga hubungan media tetap

terjaga seperti terhubung dengan sosial media dan bisa menjadi seseorang yang responsif untuk komunikasi yang tidak terputus (Adi Wiranata, Desember 2022)”

Dalam hal ini hubungan antara humas/PR dan pers dalam sudut pandang humas/PR merupakan hubungan yang memiliki keselarasan dengan menghasilkan kesamaan dan menunjukkan adanya manfaat yang saling menguntungkan keduanya. Bila dihubungkan dengan tugas dari lembaga pemerintahan ini pers sangat mempengaruhi kinerja KPCPEN. Jurnalis diibaratkan sebagai corong yang menyuarakan pengetahuan-pengetahuan terkait Covid-19 dan juga pemulihan ekonomi nasional kepada masyarakat selama tahun 2021, pers juga selalu mengawasi segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh KPCPEN.

Apabila ada hoax-hoax terkait kesehatan, maka pers bisa menjadi bagian terdepan untuk meluruskan fakta dan kebenaran-kebenaran, melalui pemberitaan yang disebarakan kepada masyarakat. KPCPEN merupakan sebuah lembaga sementara yang dibentuk karena adanya pandemi dan gabungan dari beberapa institusi pemerintahan sehingga tidak ada media relations yang signifikan di dalamnya. Tim komunikasi dari KPCPEN, murni hanya melakukan diseminasi dan edukasi dengan menyebarkan press release, mengadakan diskusi dan webinar yang bisa dihadiri oleh wartawan dan diberitakan dengan isu-isu yang menarik terkait Covid-19 dan ekonomi serta membantu menerjemahkan data yang

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

diberikan oleh juru bicara menjadi narasi yang akan disampaikan oleh juru bicara saat prescon dilakukan.

Dalam pemerintahan, tentu wartawan yang baik menurut humas/PR adalah wartawan yang melakukan riset dan menggali dari sumber yang terpercaya. Selain itu wartawan yang cover both side dalam pemberitaan, dan tidak hoax dan tidak mudah disogok dan meminta sogokan.

Sedangkan menurut pandangan Jurnalis, menjalin hubungan yang baik dengan seorang humas/PR dari sebuah perusahaan itu sangat perlu, karena humas/PR di perusahaan sebagai orang yang membantu akses untuk wawancara dengan perusahaan yang dituju. Humas/PR sebagai akses pertama jurnalis untuk bertemu dengan orang-orang penting seperti direksi dan memudahkan dalam mendapatkan kontak.

Hubungan yang baik tersebut tentunya perlu dijaga dan dikelola dengan cara profesional. Karena seorang jurnalis juga memiliki batasan ketika memiliki hubungan baik dengan seorang humas/PR, karena yang ditakutkan ketika hubungan tersebut terlalu dekat akan menyebabkan biasanya sebuah berita yang dibuat oleh seorang jurnalis.

Selain menjaga hubungan baik antara jurnalis dan humas/PR, sebenarnya antara jurnalis dan humas/PR memiliki satu kesatuan yang saling membutuhkan. Jurnalis butuh humas/PR untuk pemberitaan, begitupun humas/PR juga membutuhkan jurnalis untuk membangun citra perusahaan. Sehingga keuntungan timbal balik ini sama-sama

dirasakan oleh humas/PR dan jurnalis, dan diharapkan seorang humas/PR bisa mempermudah akses ketika jurnalis menanyakan informasi yang diminta dan seorang humas/PR tidak hanya mencari jurnalis ketika dibutuhkan saja. Begitupun sebaliknya, jurnalis juga sebaiknya memberikan kemudahan ketika seorang humas/PR meminta bantu dalam memberitakan tentang perusahaannya. Dari hubungan timbal balik itu, jurnalis juga berharap agar humas/PR sebuah perusahaan bisa membuat pernyataan yang mudah untuk dicerna saat press rilis atau sejenisnya, bisa mengerti media dan bisa memfasilitasi pemberitaan baik cetak, audio visual dan digital.

Dalam menjalankan tugas tentunya humas/PR dan jurnalis memiliki capaian dari tugas yang telah diamanahkan kepada mereka sesuai dengan porsi jabatan yang dipegang. Jurnalis memberitakan dan menulis berita sesuai dengan temuan yang didapatkan ketika dilapangan dan humas/PR juga menjalankan tugasnya, termasuk humas KPCPEN dengan melakukan fungsi humas pada umumnya. Menjadi tempat pertama bagi jurnalis untuk mencari informasi, namun tidak diberikan tanggung jawab untuk menyampaikan statement kepada publik karena masih ada bagian yang berperan sebagai penyampai informasi yaitu juru bicara yang merupakan bagian dalam KPCPEN.

Terdapat perbedaan tugas yang dipegang oleh humas KPCPEN dengan juru bicara

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

berdasarkan dari surat keputusan sebagai dasar birokrasi yang diterbitkan. Juru bicara adalah orang yang diperbolehkan memberikan statement secara resmi sedangkan humas/PR lebih ke fungsi support untuk kata-kata kunci dan narasi yang akan disampaikan oleh juru bicara, dan humas/PR tidak memiliki kapabilitas untuk menyampaikan statement ke publik. Jika terdapat jurnalis memberikan pertanyaan seputaran Covid-19, humas/PR menyampaikan kepada juru bicara atau membuat jadwal untuk pertemuan antara jurnalis dan juru bicara yang sesuai dengan spesialis masing-masing.

Terdapat lima juru bicara yang ditetapkan oleh pemerintah yang merupakan bagian dari KPCPEN, kelima juru bicara tersebut terdiri dari Ketua Tim Pakar Satgas Penanganan Covid-19, Wiku Adisasmito, juru bicara dari Satgas Penanganan Covid-19, dr Reisa Broto Asmoro, juru bicara dari Kemenkes, Siti Nadia Tarmizi, berikutnya juru bicara dari BPOM, Lucia Rizka Andalusia, dan juru bicara dari PT Biofarma, Bambang Heriyanto. Kelima juru bicara ini akan dibantu oleh Humas KPCPEN dalam pembuatan narasi yang akan disampaikan saat press conference.

Selain harapan dari humas/PR kepada jurnalis agar memberitakan berita yang aktual untuk memutus hoax, juga terdapat harapan dari jurnalis kepada humas/PR KPCPEN agar terus berbenah dan memperbaiki komunikasi dengan wartawan, saling bersinergi dan saling berkolaborasi dalam menyampaikan informasi tentang Covid-19 agar bisa disampaikan

kepada masyarakat, dan memberikan manfaat satu sama lain agar terjadinya media relation yang baik dan tidak terjadinya miskomunikasi.

Triangulasi

Untuk menguji validitas data yang diperoleh peneliti, maka peneliti menggunakan metode Triangulasi. Triangulasi menurut Sugiyono (2018) diartikan sebagai teknik yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti menggunakan teknik triangulasi metode, yaitu dengan melakukan kombinasi metode pengumpulan data wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Untuk memperoleh informasi data yang benar, peneliti melakukan pengecekan terhadap sumber informasi yang lain.

Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan dari KPCPEN selaku hubungan masyarakat, peneliti selanjutnya membandingkan informasi tersebut dengan melakukan wawancara dengan para jurnalis yang meliput berita tentang covid pada tahun 2021, apakah informasi yang disampaikan oleh hubungan masyarakat KPCPEN sesuai dengan pernyataan pada jurnalis saat diwawancarai.

Dengan metode triangulasi tersebut peneliti dapat memastikan bahwa strategi yang dilakukan oleh humas KPCPE dalam menjalin hubungan media sudah sesuai dengan yang dirasakan oleh para jurnalis di lapangan, sehingga hubungan media yang baik bisa terjaga antara humas KPCPEN dengan jurnalis

STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021

tetap terbina saat pandemi Covid-19 tahun 2021.

KESIMPULAN

Media relations merupakan bentuk strategi komunikasi humas KPCPEN dalam membina hubungan dengan media pada penanganan Covid-19 tahun 2021. Media relation yang digunakan guna untuk mempermudah dalam penyebaran informasi dan penyampaian informasi seputaran Covid-19 agar menjangkau seluruh masyarakat di Indonesia. Menjaln dan mempertahankan hubungan baik dengan media amatlah penting bagi seorang hubungan masyarakat. Sebab media adalah sarana publikasi, dimana segala informasi tentang perusahaan disalurkan selain itu media juga merupakan sarana untuk membangun reputasi.

Saat ini media merupakan acuan public untuk bergerak dan bertindak, publik seolah digiring oleh media untuk berperilaku sesuai dengan isu yang ada. Pasalnya Jika media menggiring publik ke arah yang negatif maka hal ini akan membawa dampak yang kurang menguntungkan bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi reputasi perusahaan. Jika media menggiring kearah yang positif maka ini akan meningkatkan reputasi perusahaan. Sehingga penting sekali bagi hubungan masyarakat profesional untuk menjalin hubungan baik dengan media. Jika disimpulkan, maka hubungan media relations yang ideal adalah jika kebutuhan kedua belah pihak yakni antara pihak humas/PR dan pihak media terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmastuti and Rini. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Dewi, M. (2012). *Media Relations 2.0. Jurnal komunikasi*, 7.
- Frank Jefkins. (2004). *Public Relation*, 5th ed. Jakarta: PT. Gelors Aksara Pertama Erlangga.
- Iriantara, Y. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kinanti, K.P. and Hardiyanti, S.T. (2022). Strategi Komunikasi Humas KPCPEN Dalam Meningkatkan Kepercayaan di Indonesia. *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* , 5 (2), 286. Available from <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4388>.
- Koch, T., Obermaier, M. and Riesmeyer, C. (2017). Powered by public relations? Mutual perceptions of PR practitioners' bases of power over journalism. *Journalism*, 21 (10), 1573–1589. Available from <https://doi.org/10.1177/1464884917726421>.
- Nurdin. (2008). *Hubungan Media, Konsep dan Aplikasi*,. Jakarta: PT. Raja Grafindo .
- Sam Black and Melvin L. Sharpe. (1988). *Ilmu hubungan masyarakat praktis*. Jakarta: Intermedia.
- Sulistia Syamsuri and Riyodina Ganefsri Pratikto. (2021). *Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat (HUMAS) Kejaksaan Agung Republik Indonesia Dalam Mmembina Hubungan Baik Dengan Pers*.
- Syarifuddin S, Gassing and Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umit Atabek, O.A. (2020). Online Pressroom: Journalists' Expectations from Public

**STRATEGI KPCPEN DALAM MEMBINA HUBUNGAN MEDIA
PADA PENANGANAN COVID-19 TAHUN 2021**

Relations Practitioners Concerning
Online Media Relations. *Romanian
Journal of Communication and Public
Relation.*