

Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Pemerintah Kota Surakarta Melalui Media Relations

Nanda Karunia Isa¹ dan Lina Sinatra Wijaya²

Email: 602020052@student.uksw.edu, lina.sinatra@uksw.edu

^{1,2}Program Studi Hubungan Masyarakat, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi *Public Relations* pada Humas Pemerintah Kota Surakarta dalam membangun citra positif melalui aktivitas *media relations* serta dampaknya terhadap persepsi publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam, sementara data sekunder diperoleh dari dokumen dan foto terkait. Analisis data dilakukan dengan Model Analisis Interaktif meliputi reduksi, penyajian data dan verifikasi kesimpulan dengan Teknik Validasi Triangulasi Sumber. Hasil penelitian menunjukkan Humas Pemerintah Kota Surakarta berhasil membangun citra positif melalui tiga strategi *media relation*. Humas mengelola hubungan dengan media melalui kegiatan seperti *media gathering*, *press conference*, dan diskusi. Grup *WhatsApp* media digunakan untuk memperlancar arus informasi dan meningkatkan komunikasi antara Humas dengan media. Fasilitas *pressroom* juga diberikan oleh Humas untuk mendukung pekerjaan jurnalis. Humas menyediakan salinan informasi yang lengkap melalui *Google Drive* dan fasilitas verifikasi untuk memastikan keakuratan berita. Dengan strategi tersebut Humas Pemerintah Kota Surakarta berhasil meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah melalui publikasi yang ada.

Kata Kunci: Hubungan Media; Humas; Citra Positif

I. PENDAHULUAN

Sebagai administrator negara, pemerintah daerah wajib memberikan pelayanan publik terkhusus bagi masyarakat yang berada di wilayah hukumnya. Sebagaimana telah diatur dalam Pasal 8 Ayat 2 UU Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, standar penyelenggaraan pelayanan publik sekurang-kurangnya meliputi: a) pelaksanaan pelayanan; b) pengelolaan pengaduan masyarakat; c) pengelolaan informasi; d) pengawasan internal; e) penyuluhan kepada masyarakat; f) pelayanan konsultasi. Di tengah era kemudahan akses berita, pelayanan informasi dan pengaduan masyarakat menjadi dua hal penting yang harus diperhatikan oleh pemerintah daerah untuk mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas, sejalan dengan asas penyelenggaraan pemerintahan

yang adil, transparan, sefektif efisien serta akuntabel (Khusu et al., 2023).

Era keterbukaan informasi membawa dampak perubahan yang signifikan terhadap pandangan publik tentang kemudahan akses berita, Dimana media massa dianggap memegang peran kunci dalam persebaran informasi (Sudrajat & Rohida, 2022). Kondisi ini menjadi salah satu pertimbangan penting bagi praktisi PR pada intitusi publik, harus dapat memanfaatkan kekuatan media massa untuk menyampaikan informasi publik yang bermanfaat, bukan berita *hoax* yang dapat merusak citra instansi (Septiyani, 2024). Meskipun tidak dapat dihitung secara matematis, citra dapat memengaruhi organisasi dan individu. Citra yang positif mampu mendorong keberlanjutan organisasi, menginspirasi kreativitas para anggotanya, serta menciptakan dampak positif bagi masyarakat (Putri & Wijaya, 2024). Sebagai

jantung komunikasi suatu organisasi, PR memiliki peran krusial dalam membentuk persepsi publik yang positif. Dengan menyusun strategi komunikasi yang cermat, PR tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengelola citra instansi, membangun kepercayaan, dan menumbuhkan loyalitas masyarakat dalam mencapai tujuan instansi (Suhaimi, 2021).

Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh Dhira Mayasari dengan judul “*Media Relations* Humas Pemerintah Kota Bukittinggi dalam membangun hubungan baik dengan Media Massa Lokal” Hasil penelitian menunjukkan berbagai strategi yang diterapkan oleh Humas Pemerintah Kota Bukittinggi, mengalami berbagai kendala, seperti minimnya sumber daya manusia dan kurangnya koordinasi antar bagian dalam pemerintahan. Dalam simpulannya, peneliti menyoroti perlunya memperluas jaringan dengan organisasi kehumasan dan kewartawanan serta peningkatan sumber daya manusia sebagai sarana untuk pengembangan strategi *media relations* (Mayasari et al., 2019).

Penelitian selanjutnya berjudul “Strategi Komunikasi Humas Melalui Media Sosial *Instagram* dalam Membangun Citra Positif Pemerintah Kota Denpasar”, yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Diah Desvi Arina. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi ini memberikan dampak positif dengan membangun citra positif Pemerintah Kota Denpasar melalui interaksi yang demokratis dan interaktif dengan masyarakat melalui media sosial (Ni Luh Putu Diah Desvi Arina et al., 2023).

Dari kedua penelitian terdahulu, penelitian pertama fokus pada penggunaan konten media sosial untuk menyampaikan pesan, membangun interaksi dengan masyarakat. Perbedaan fokus utama terletak

pada media yang digunakan (media sosial vs media konvensional) dan pendekatan strategi PR yang diambil. Perbedaan selanjutnya adalah pada obyek penelitian kedua, di mana penelitian kedua lebih spesifik dalam menjalin hubungan dengan media massa lokal, sedangkan penelitian ini menggambarkan strategi umum PR melalui aktivitas *media relations* untuk mencapai tujuan citra positif Pemerintah Kota Surakarta secara keseluruhan.

Pemerintah Kota Surakarta telah merespon era keterbukaan informasi dengan mendirikan unit kerja Humas atau *Public Relation* (PR), yang dinamai Protokol Komunikasi Pimpinan Daerah (Prokompim). Dalam struktur Pemerintahan Kota Surakarta, Prokompim berperan sebagai Humas yang bertugas untuk menyediakan layanan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan, program, hasil kerja hingga kegiatan pimpinan daerah (Nugraheni, 2019).

Sampai saat ini Prokompim Kota Surakarta telah melakukan berbagai aktivitas *media relations* seperti mengadakan *media gathering* dan konferensi pers (*press conference*), menyusun *press release* hingga pendekatan personal yang bertujuan untuk menjaga hubungan baik dengan media. Seharusnya aktivitas *media relations* yang dilakukan Prokompim Kota Surakarta, dapat menghasilkan *output* berupa persebaran informasi publik tentang kinerja dan kebijakan pemerintah daerah, namun pada kenyataannya media hanya berfokus pada pemberitaan pemimpin daerah dalam konteks personal. Berdasarkan hasil observasi penulis, didapatkan bahwa pemberitaan yang beredar dianggap kurang memberikan *impact* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi publik dan pembentukan citra instansi yang selama ini hendak dibangun.

Penelitian ini akan membahas tentang strategi *media relations* Prokompim Kota Surakarta dalam 3 poin, yakni mengelola relasi, mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan. Peneliti juga akan menganalisis tentang dinamika aktivitas *media relations* terhadap kualitas berita yang dihasilkan serta dampaknya bagi citra Pemerintah Kota Surakarta untuk mengidentifikasi solusi atau perbaikan yang dapat dilakukan guna menunjang tercapainya tujuan pemerintah daerah.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, adalah sebuah jenis penelitian yang melalui berbagai prosedur penelitian untuk mengumpulkan data deskriptif, berupa tulisan, kata-kata yang diucapkan, dan tingkah laku untuk menjelaskan fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang menyeluruh (Pratiwi, 2015). Fokus studi dan pertanyaan penelitian dijelaskan secara rinci, mencakup penjelasan tentang topik penelitian dan akan dibahas tuntas dalam hasil penelitian.

Penelitian kualitatif deskriptif dikategorikan ke dalam beberapa jenis pendekatan, salah satunya yaitu pendekatan studi kasus. Pendekatan penelitian studi kasus (*case study*), menurut Basuki (Putra & Husna, 2019), adalah jenis penelitian yang fokus pada analisis mendalam terhadap suatu masalah dengan tingkat spesifikasi tertentu, dengan melibatkan individu, kelompok, atau bahkan masyarakat luas.

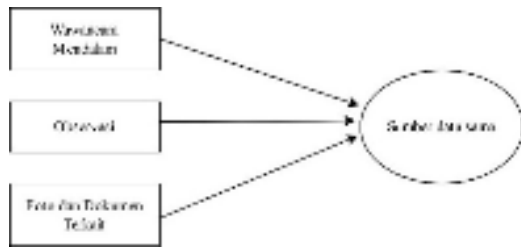
Lokasi penelitian ini berada di Kompleks Balaikota Surakarta yang beralamat lengkap di Jl. Jend. Sudirman No.2, Kota Surakarta (57133).

Sumber data yang dipakai pada penelitian ini berasal dari observasi lapangan

(*Field Observation*) dan wawancara mendalam (*Intensive/Depth Interview*) dengan informan yang terbagi menjadi dua yaitu *staff* divisi Komunikasi Pimpinan, Prokompim Pemerintah Daerah Kota dan Jurnalis media yang aktif terlibat dalam kegiatan *media relations* dan sering meliput berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Surakarta. Informan tersebut dipilih karena memiliki pemahaman mendalam tentang strategi *media relations* yang ada di Bagian Prokompim Pemerintah Kota Surakarta serta memiliki kewenangan untuk memberikan informasi kegiatan *media relations*.

Dalam konteks penelitian ini, analisis data dilakukan dengan Model Miles dan Huberman (Analisis Interaktif), data yang telah terkumpul akan dikelompokkan dan dianalisis untuk menghilangkan informasi yang tidak diperlukan, sehingga dapat diambil kesimpulan akhir yang bisa diverifikasi (Dian Nurdiansyah, 2023). Reduksi data mengacu pada pengurangan kompleksitas informasi yang terkumpul, dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi foto kegiatan, sehingga peneliti dapat lebih terfokus pada elemen-elemen kunci yang berkaitan dengan strategi *media relations* Prokompim Kota Surakarta.

Triangulasi sumber data digunakan untuk memperkuat validitas dan kehandalan informasi lewat berbagai teknik pengumpulan data (Djiwandono & Wawan Eko Yulianto, 2023). Penulis melakukan wawancara dengan ketujuh informan untuk mendapatkan sudut pandang dan informasi yang beragam mengenai strategi *media relations* Prokompim Kota Surakarta, selain itu penulis juga akan melakukan observasi dan mengumpulkan data terkait.



Gambar 1. Alur Triangulasi Sumber Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara akan dibandingkan dengan hasil observasi dan analisis isi dokumen relevan. Sumber data tentang strategi *media relations* yang diperoleh akan lebih lanjut diperinci dan bagaimana hubungannya dengan pembentukan citra positif Pemerintah Kota Surakarta. Tujuannya untuk mengidentifikasi adanya kesamaan atau perbedaan antar sumber data untuk meningkatkan validitas data yang diperoleh.

III. PEMBAHASAN

Strategi *Public Relations* Melalui Hubungan Media

Humas Pemerintah Kota Surakarta memanfaatkan *media relations* untuk menyebarkan informasi positif dan membangun citra instansi yang kredibel. Hubungan media yang efektif dapat menjadi katalisator bagi humas untuk mencapai tujuan strategis Pemerintah Kota Surakarta dalam membangun *good governance* dan meningkatkan kualitas layanan publik.

Banyak strategi *media relations* yang telah dilakukan Humas Pemerintah Kota Surakarta untuk membangun citra positif pemerintah, adapun pembahasan dan analisis strategi tersebut mencakup (Iriantara, Yosol, 2019).

a. Mengelola Relasi dengan Media

Humas Pemerintah Kota Surakarta mengelola hubungan baik dengan media untuk menunjang kegiatan dan rencana yang

dibuat oleh Humas dalam rangka menciptakan citra positif instansi melalui pemberitaan media, hal ini diungkapkan langsung oleh Bapak Novrian selaku Humas Pemerintah Kota Surakarta:

“Kita kelola hubungan yang baik dengan media, karena kalau tidak kita jalin hubungan baik itu, mencegah pemberitaan yang tidak sesuai dengan yang kita inginkan dan berdampak buruk bagi citra instansi.” (Wawancara pada 8 Mei 2024)

Ungkapan tersebut sekaligus menunjukkan bahwa Humas Pemerintah Kota Surakarta menggunakan media sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat luas. Hingga saat ini terdapat lebih dari 50 media yang bekerjasama dengan Pemkot Surakarta, yang terdiri dari media cetak, elektronik, serta media online yang memiliki luas cakupan nasional hingga internasional.

Menyadari besarnya cakupan tersebut, untuk mencapai dukungan media Humas Pemerintah Kota Surakarta mengelola hubungan media melalui berbagai kegiatan dengan jurnalis media, Humas mengadakan *media gathering* (lihat gambar 2), *press conference* dan diskusi.



Gambar 2. Media Gathering Prokompim Pemerintah Kota Surakarta.

(Sumber: Arsip Prokompim)

Pengelolaan relasi media yang tepat dapat membantu Humas Pemerintah Kota Surakarta dalam menyampaikan informasi yang akurat dan mudah dipahami oleh publik.

Dengan adanya hubungan media, humas dapat memastikan bahwa berita yang disampaikan ke masyarakat merupakan informasi yang akurat, untuk meminimalisir dampak negatif bagi citra instansi (Sholikhah, 2016)

b. Mengembangkan Strategi

Sejumlah upaya perlu dilakukan untuk menjaga hubungan yang telah terbentuk dengan media demi menciptakan citra positif yang berkelanjutan. Humas Pemerintah Kota Surakarta telah mempertahankan hubungan mediana lewat peningkatan dan pengembangan strategi *media relations* yang akan dibagi menjadi beberapa poin pembahasan:

- **Memahami dan melayani media**

Humas Pemkot Surakarta memenuhi keperluan media dengan menyediakan informasi seputar Pemerintah Kota Surakarta beserta agenda kegiatan Walikota dan Wakil Walikota melalui layanan satu pintu pada saluran grup *Whatsapp* (lihat gambar 3).



Gambar 3. Grup Prokompim dengan Jurnalis
(Sumber: *Staff* Prokompim)

Humas Pemkot Surakarta menjadikan grup ini sebagai sarana bagi media dan humas untuk saling bertukar informasi. Humas membagikan *update* terbaru tentang kegiatan pimpinan, kebijakan dan hasil kerja

Pemerintahan Kota Surakarta. Lebih dari itu, grup ini juga membuka ruang diskusi singkat untuk membahas isu terkini atau pertanyaan yang muncul, serta memungkinkan penyebaran informasi yang mendesak yang perlu segera diketahui oleh Humas dan media, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Widiyastuti selaku Humas Pemkot Surakarta: *"Ya, sebetulnya grup itu dibentuk untuk dijadikan sebagai satu kanal bagi teman-teman media dan Humas supaya dapat saling konfirmasi. Baik itu update informasi kegiatan pimpinan, diskusi singkat atau informasi mendesak lainnya."* (Wawancara 8 Mei 2024).

Dengan demikian grup khusus media dan Humas dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan komunikasi di antara keduanya. Berdasarkan wawancara dengan kelima narasumber yang berasal dari jurnalis media, tiga diantaranya menyatakan bahwa mereka sangat terbantu dengan adanya grup tersebut:

"...Kalau ada tanya-jawab Kabag Prokompim, biasanya juga beliau ikut menanggapi. Jadi grup itu sangat bermanfaat dan cukup responsif menurut saya." (Wawancara dengan Jurnalis Metro TV, 13 Mei 2024)

Namun dua jurnalis lainnya menyarankan agar Humas Pemerintah Kota Surakarta melakukan peningkatan terhadap detail keragaman informasi yang disampaikan:

"Tapi belum semuanya mewakili semua kegiatan yang ada di Pemerintahan ya. Informasi yang paling sering muncul hanya agenda pimpinan. Mungkin bisa dimanfaatkan Humas untuk membagikan informasi publik yang kita belum dapatkan, data yang jarang diinformasikan..." (Wawancara dengan Jurnalis Kumparan.com, 13 Mei 2024).

Dalam memberikan pelayanan kepada media, Humas Pemerintah Kota Surakarta juga memberikan fasilitas ruangan media (*pressroom*), dengan nama Lokawarta, lengkap dengan berbagai fasilitas untuk menunjang pekerjaan jurnalis dalam membuat berita. Tujuan utama dari Lokawarta adalah untuk memberikan ruang komunikasi antara jurnalis dengan Pemkot sehingga terbentuk rasa saling pengertian dan kepercayaan media terhadap instansi.

Secara keseluruhan, upaya penyediaan layanan informasi satu pintu pada *Whatsapp group* dan fasilitas penunjang tersebut berperan sebagai sarana koordinasi dan pertukaran informasi antara humas dengan media. Melalui pendekatan ini pula, humas dapat membangun hubungan yang positif dengan media dan saling menguntungkan keduanya, mengingat kebutuhan jurnalis akan jaringan komunikasi untuk menunjang pekerjaannya dan bagi humas untuk memperoleh publisitas yang berkualitas dalam penguatan citra instansi (Bakri et al., 2015; Oktavianti & Tamburion, 2020).

- **Menyediakan salinan yang baik**

Humas Pemerintah Kota Surakarta memiliki tim media yang bertugas mendokumentasikan setiap momen kegiatan Walikota dan Wakil Walikota yang dikemas dalam foto dan video wawancara *doorstop*, sebagai salinan data yang dibagikan ke media dalam bentuk *folder Google Drive* (lihat gambar 4).



Gambar 4. Salinan Informasi Kegiatan Pimpinan
(Sumber: Arsip Prokompim)

Salinan informasi tersebut disediakan oleh Humas Pemerintah Kota Surakarta untuk disebarkan kepada jurnalis, informasi detail kegiatan yang dikemas dalam bentuk *press release*, dengan tujuan agar dimuat ke media massa, sehingga publik dapat mengetahui apa saja yang sedang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Novrian selaku Humas:

“Jurnalis media kita beri akses untuk liputan disini dan kita juga berikan rilis beritanya serta dokumentasi kegiatan. Supaya jurnalis yang berhalangan hadir mereka tetap bisa memberitakan.” (Wawancara pada 8 Mei 2024)

Strategi Humas Pemerintah Kota Surakarta dalam memberikan salinan informasi yang lengkap bagi media diwujudkan dengan adanya pemanfaatan teknologi terkini yang dipakai untuk menyebarkan *press release online*. Lebih dari itu, Humas Pemkot Surakarta juga memiliki tim media yang profesional yang bertugas untuk menyiapkan bahan berita yang menarik dan menyediakan foto serta video dokumentasi yang lengkap. Salinan bahan berita yang lengkap dan berkualitas dapat menjadi salah satu strategi yang tepat dan berkelanjutan bagi Humas untuk membangun citra positif instansi serta meningkatkan kepercayaan publik (Anggarda, 2020).

- **Menyediakan fasilitas verifikasi**

Humas Pemerintah Kota Surakarta menyediakan fasilitas verifikasi informasi untuk membantu wartawan dalam memastikan keakuratan berita yang dirilis. Humas Pemerintah Kota Surakarta juga telah menunjukkan sikap proaktif terhadap media, hal ini dibuktikan dengan adanya sistem monitoring media efektif dengan didukung oleh tim khusus yang secara rutin memantau pemberitaan media.

“...misal ada kritik, Kabag Humas atau pihak staff Humas Prokompim akan ngajak ngobrol dengan kita. Apakah bisa semacam meluruskan berita tersebut. Dari pihak wartawan juga memberikan kesempatan bagi narasumber untuk memberikan jawaban atau meluruskan berita tersebut” (Wawancara dengan Jurnalis MetroTV, 13 Mei 2024)

Penyediaan fasilitas verifikasi humas untuk jurnalis media merupakan langkah penting untuk meningkatkan akurasi berita dan membangun kepercayaan publik. Dengan komunikasi yang terbuka, jujur, dan seimbang, jurnalis dan humas dapat bekerja sama untuk menyajikan informasi yang benar dan terpercaya kepada masyarakat (Maulida & Wiwitan, 2020).

- **Membangun hubungan personal yang kuat untuk menjaga reputasi**

Sebagai jembatan komunikasi antara instansi dengan publik, humas bertugas untuk membangun dan memelihara citra positif instansi melalui strategi hubungan media. Humas Pemerintah Kota Surakarta mengembangkan strategi tersebut lewat pendekatan personal yang kuat dengan jurnalis. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Bapak Novrian selaku Humas Pemerintah Kota Surakarta:

“Sepanjang saya di Humas 9 tahun ini belum ada berita yang berdampak buruk sekali bagi

citra pemerintahan, mungkin karena hubungan personal yang baik itu ya memang pengaruhnya kuat.” (Wawancara pada 8 Mei 2024)

Hubungan tersebut diperkuat melalui pendekatan informal yang dilakukan oleh Humas kepada jurnalis media melalui ucapan pada hari tertentu, pemberian bingkisan pada Hari Besar Keagamaan dan obrolan spontan yang terjadi di *persroom* Lokawarta, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Widiyastuti selaku Humas Pemerintah Kota Surakarta:

“Karena ruangan kita berdekatan membuat kita jadi sering berinteraksi, misal ada yang ulang tahun kita saling memberi ucapan, saat Hari Raya Lebaran kemarin kita juga memberi hampers, parcel khusus untuk Lokawarta, teman-teman media, di dalamnya juga ada ucapan dari pimpinan, sebagai bentuk perhatian dan untuk membangun kedekatan antarpersonal” (Wawancara pada 8 Mei 2024).

Tak hanya sampai disitu Humas juga memiliki kegiatan *press gathering* yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya untuk mempererat kedekatan personal humas dengan jurnalis,

“Biasanya pertengahan tahun akan diadakan media gathering atas dasar request temen-temen dari media. Bukan untuk diskusi saja, tapi kita juga jalan - jalan bareng dan saling bertukar cerita untuk meningkatkan keakraban satu sama lain.” (Wawancara pada 8 Mei 2024)

Kedekatan personal yang kuat antara humas dengan media menjadi salah satu faktor penting untuk mendukung pembentukan citra positif instansi. Hal ini dibuktikan lewat kesuksesan Humas Pemerintah Kota Surakarta dalam menjalin kedekatan personal dengan jurnalis melalui berbagai pendekatan (Saraswati et al., 2019).

c. Mengembangkan Jaringan

Menyadari pentingnya pengembangan jaringan sebagai aspek krusial dalam strategi *media relations*, Humas Pemerintah Kota Surakarta melakukan perluasan jaringan relasi media. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah media dari tahun 2015 hanya 30 media, kini telah mencapai 50 media yang terhubung langsung dengan Humas, pernyataan tersebut disampaikan langsung oleh Bapak Novrian selaku Humas Pemerintah Kota Surakarta:

“Dilihat dari daftar media dan yang sering berinteraksi, saat ini mungkin sudah sampai 50 media. Kalau dulu pertama kali saya masuk (2015) paling cuma 25, paling banyak ya 30 media...” (Wawancara pada 8 Mei 2024)

Peningkatan jumlah relasi media yang pesat dalam 9 tahun terakhir merupakan sebuah pembuktian serta keberhasilan Humas Pemerintah Kota Surakarta dalam menciptakan jaringan *media relations* yang luas. Peningkatan hubungan media ini dapat memberikan banyak manfaat bagi Pemerintah Kota Surakarta dalam membangun citra yang positif dan mendapatkan dukungan media dalam mengatasi berbagai isu publik (Thacia & Setyanto, 2023).

Dalam mengembangkan jaringan media, Humas Pemerintah Kota Surakarta juga menerapkan standar yang ketat untuk memastikan bahwa mereka hanya bekerja sama dengan media yang kredibel dan profesional. Hal ini tergambar jelas pada hasil wawancara dengan Bapak Novrian selaku Humas Pemerintah Kota Surakarta:

“Syarat yang pasti adalah media yang resmi tercatat di PWI atau AJI. Setelah itu Humas akan meminta legalitas wartawan, termasuk surat penugasan dari kantor... Jadi tetap ada seleksinya, sehingga media yang datang ke

kita itu sudah resmi tercatat di legalitas Dewan Pers.” (Wawancara pada 8 Mei 2024)

Proses verifikasi ketat dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Surakarta dalam memilih media yang akan menjalin hubungan dengan mereka, untuk memastikan bahwa Humas Pemerintah Kota Surakarta hanya bekerja sama dengan media dan jurnalis yang memiliki reputasi baik, terpercaya dan mengikuti kode etik jurnalistik. Pernyataan tersebut sekaligus menunjukkan bahwa dalam mengembangkan jaringan medianya, Humas Pemerintah Kota Surakarta tidak hanya berfokus pada peningkatan kuantitas relasi media, namun juga mempertimbangkan kualitas media tersebut. Hal ini merupakan langkah strategis yang bermanfaat untuk meningkatkan kepercayaan publik dalam rangka membangun citra positif instansi (Khalid, 2019).

Hubungan Humas Pemerintah Kota Surakarta terhadap Publikasi Media dalam Membangun Citra Pemerintahan yang Positif

Strategi *media relations* yang dijalankan Humas telah menghasilkan hubungan yang baik dan konstruktif antara Pemerintah Kota Surakarta dengan media. Keterbukaan dan komunikasi yang telah terjalin dengan baik memudahkan Humas Pemerintah Kota Surakarta untuk menyampaikan informasi yang akurat dan komprehensif kepada media, sehingga melalui publikasi tersebut dapat terbentuk citra Pemerintahan yang positif di mata masyarakat.

Meski harus diakui tetap ada oknum jurnalis yang memelintir berita, namun Humas memiliki langkah antisipasi dengan menyimpan dokumentasi lengkap. Pernyataan tersebut disampaikan langsung oleh Ibu

Widiyastuti selaku Humas Pemerintah Kota Surakarta:

“...ketika ada orang yang membelokkan atau mungkin memotong video kemudian menyajikan berita tersebut secara tidak menyeluruh, kami juga punya backup tersendiri, sehingga kita bisa menyajikan berita yang utuh dari pandangan yang berbeda.” (Wawancara pada 8 Mei 2024)

Upaya tersebut menunjukkan bahwa Humas Pemerintah Kota Surakarta tetap menyadari bahwa tidak semua media akan menyampaikan informasi secara akurat dan objektif. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, mereka menyimpan dokumentasi lengkap dari setiap peristiwa termasuk video wawancara yang direkam secara utuh, sehingga Humas Pemerintah Kota Surakarta dapat menghubungi media untuk meluruskan informasi yang tidak benar dengan menyajikan berita lengkap dari berbagai sudut pandang. Lewat pemberitaan informasi yang lengkap dan akurat, Humas dapat mempertahankan citra positif instansi di mata masyarakat (Nurhadi et al., 2023).

Berbagai pemberitaan yang disajikan oleh media massa, baik media cetak, elektronik, maupun *online*, secara langsung maupun tidak langsung akan membentuk persepsi publik terhadap citra Pemerintah Kota Surakarta. Dari hasil wawancara penulis dengan kelima jurnalis yang menjadi narasumber dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan media tentang Pemerintah Kota Surakarta, sudah dapat membentuk citra positif instansi seperti yang telah digambarkan lewat pemberitaan media.

“Citra Pemerintah Kota Surakarta di hadapan masyarakat, saya kira sudah cukup baik ya. Tapi yang namanya pemberitaan, itu kan tanggung jawab masing-masing OPD, namun saya kira juga tidak masalah karena public trust terbentuk cukup baik.”

(Wawancara dengan Jurnalis Metro TV, 13 Mei 2024).

Citra Pemerintah Kota Surakarta yang terbentuk dari pemberitaan media telah berhasil mempengaruhi penilaian publik, hal itu tercermin dari persepsi positif masyarakat terhadap kinerja dan kepercayaan publik (*public trust*). Karena ketika masyarakat berpandangan baik terhadap citra pemerintah, mereka akan lebih kooperatif dan mendukung program-program pemerintah. Hal ini dapat membantu pemerintah dalam mencapai tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Ali, 2014; Sauki, 2022).

IV. PENUTUP

Strategi *Public Relations* (PR) yang diterapkan oleh Humas Pemerintah Kota Surakarta melalui pendekatan *media relations* telah efektif menghasilkan citra positif di mata masyarakat. Pertama, Humas dapat mengelola relasi dengan media, dengan melakukan kegiatan *media gathering*, *press conference*, dan pendekatan informal yang untuk menciptakan komunikasi efektif. Melalui kegiatan ini Humas dapat menyampaikan informasi akurat dan transparan, serta membangun hubungan personal yang kuat dengan jurnalis. Pendekatan cukup efektif untuk memastikan media mendapat informasi yang lengkap dan terverifikasi, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan media terhadap Pemerintah Kota Surakarta.

Kedua, pengembangan strategi dilakukan dengan memahami kebutuhan media dan menyediakan fasilitas yang mendukung proses peliputan, seperti layanan informasi satu pintu yang memanfaatkan grup *WhatsApp* untuk jurnalis media dan *pressroom* Lokawarta. Pemanfaatan teknologi terkini terbukti memudahkan jurnalis dalam memperoleh informasi yang pada akhirnya mempercepat penyebaran informasi kepada

publik. Namun, layanan informasi satu pintu tersebut bisa lebih efektif jika Humas menambahkan detail informasi tentang kebijakan, sosialisasi, dan hasil kerja Perangkat Daerah selain agenda pimpinan. Informasi ini akan lebih bermanfaat bagi publik dalam melihat hasil kerja perangkat daerah secara keseluruhan maka dari itu perlu dibagikan kepada media untuk diberitakan.

Ketiga, pengembangan jaringan dilakukan melalui kerjasama media seperti pembuatan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dan menjaga hubungan harmonis dengan media massa. Integrasi ini membantu Humas membangun kepercayaan publik terhadap pemerintah. Strategi ini efektif dalam menghasilkan publikasi positif bagi Pemkot Surakarta, meskipun tetap ada tantangan yang harus dihadapi. Humas telah memiliki langkah antisipasi untuk meluruskan informasi yang beredar. Pemberitaan media yang akurat dan komprehensif membentuk persepsi positif masyarakat terhadap kinerja pemerintah, meningkatkan kepercayaan publik, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam program pemerintah.

Saran bagi penelitian selanjutnya dapat fokus pada analisis mendalam tentang efektivitas penggunaan layanan grup *WhatsApp* dalam menyampaikan informasi detail yang lebih beragam. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi cara terbaik untuk mengoptimalkan *platform* digital dalam menyebarkan informasi tentang kebijakan, sosialisasi, dan hasil kerja Perangkat Daerah, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada publik melalui media.

Daftar Pustaka

Ali, S. M. (2014). Peranan Publisitas Terhadap Citra PT Bank Aceh. *JURNAL EKONOMI MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2, 367–380.

- Anggarda, A. A. (2020). Peran Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Membangun Citra Bangsa Surabaya. *Governance, JKMP (Governance, Jurnal Kebijakan & Manajemen Publik)*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/10.38156/governancejkm.v10i1.55>
- Bakri, Unde, A., & Bahfiarti, T. (2015). Media Center sebagai Pusat Pelayanan Informasi Publik dalam Penyebarluasan Aktivitas Pemerintahan kepada Masyarakat di Kabupaten Pinrang. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 189–207.
- Dian Nurdiansyah. (2023). Strategi Pengelolaan Reputasi dalam Kegiatan Humas Institut Teknologi Telkom Purwokerto di Disruption Era. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang*, 5(1), 450–466. <https://doi.org/10.55606/sinov.v5i1.667>
- Djiwandono, P. I., & Wawan Eko Yulianto. (2023). *Penelitian kualitatif metode penelitian unntuk bidang humaniora dan kesusastraan* (Marcella Kika (ed.); 1st ed.). CV Andi Offset.
- Iriantara, Yosol, dan R. K. S. (2019). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Remaja Rosdakarya Offset.
- Khalid, I. (2019). Kredibilitas Media Cetak Dan Media Online. *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 9(1), 84–105. www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id
- Khusu, S. A., Abdurahman, A. I., & Khairani, A. (2023). Aktivitas Media Relations Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokomp) Kota Tangerang dalam Membentuk Citra Pemerintahan. ... : *Journal Of Social Science* ..., 3, 250–265. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4858%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/4858/3415>
- Maulida, M. R., & Wiwitan, T. (2020). Aktivitas Media Monitoring Biro Humas Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 6(2), 164–169. <http://dx.doi.org/10.29313/v6i2.22590>
- Mayasari, S., Purihastine, M., & Qibtiah, A. (2019). Strategi Public Relations PT Kasoem Hearing Dalam Mempublikasikan Kasoem Exhibition 2018 Kepada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 56–63. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5094>
- Ni Luh Putu Diah Desvi Arina, I Wayan Wastawa, & I Wayan Suyanta. (2023). Strategi

- Komunikasi Humas Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Positif Pemerintah Kota Denpasar. *Anubhava: Jurnal Ilmu Komunikasi HIIndu*, 3(1), 444–453.
<https://doi.org/10.25078/anubhava.v3i1.2808>
- Nugraheni, O. A. (2019). *Persepsi Mahasiswa Magang Tentang Peran Humas di Pemerintah (Studi Kasus di Humas Pemerintah Kota Surakarta tahun 2019)*. 1–18.
- Nurhadi, Z. F., Kurniawan, A. W., & Mujianto, H. (2023). Strategi Komunikasi Humas Polresta Serang Kota Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media. *COMMUNICATION*, 14(1), 51–69.
- Oktavianti, R., & Tamburion, H. H. D. (2020). Technology-Mediated Communications Network in the Multimedia Journalism. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(2), 105–116.
<https://doi.org/10.17933/diakom.v3i2.130>
- Pratiwi, N. E. (2015). *Peran Aktifitas Media Relations Dalam Membentuk Berita Positif Di Media Cetak: studi Deskriptif Kualitatif Pada Bagian Humas Setda Kota Salatiga*. 25.
- Putra, B. K., & Husna, J. (2019). Persepsi Pengguna Outlook Web Applications Dalam Mendukung Pendistribusian Arsip Surat Masuk di PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Regional Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(4), 181–193.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/26870>
- Putri, T. S., & Wijaya, L. S. (2024). Peran dan Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Perbankan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 1–12.
<https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.2686>
- Saraswati, E. J., Romli, R., & Nugraha, A. R. (2019). Kegiatan Hubungan Media pada Direktorat Komunikasi Publik di Universitas Padjadjaran. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(2), 202.
<https://doi.org/10.24198/prh.v3i2.17679>
- Sauki, M. (2022). Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat untuk Membangun Citra Positif Pemerintah Kabupaten Bima Bervisi “RAMAH” (Religius, Aman, Makmur, Amanah, Handal). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2), 2666–2673.
<https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3200>
- Septiyani, D. A. (2024). Evolusi Public Relation Di Era Digital. *Journal Media Public Relations*, 4(1), 1–9.
<https://doi.org/10.37090/jmp.v4i1.1596>
- Sholikhah, F. S. (2016). Strategi Media Relations PT . Telekomunikasi Indonesia , Tbk untuk Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 93–111.
- Sudrajat, T., & Rohida, L. (2022). Efek Media Massa dalam Pembentukan Opini Publik di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 2, 519–524.
<https://mail.pbtv.co.id/index.php/prosiding/article/view/5329%0Ahttps://mail.pbtv.co.id/index.php/prosiding/article/download/5329/2460>
- Suhaimi, S. (2021). Strategi Public Relations Untuk Meningkatkan Minat Pengunjung Museum Negeri Lampung Ruwa Jurai. *Journal Media Public Relations*, 1(2).
<https://doi.org/10.37090/jmp.v1i2.519>
- Thacia, S. A. P., & Setyanto, Y. (2023). Strategi Membangun Citra di Universitas Swasta Melalui Media Relations (Studi Pada Humas Universitas Tarumanagara). *Prologia*, 7(2), 285–293.
<https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21374>