BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan *Public Relations* di sebuah lembaga atau instansi pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktivitas instansi yang bersangkutan untuk hubungan masyarakat ke dalam maupun kepada masyarakat di luar instansi tersebut.

Salah satu kegiatan yang dilakukan *Public Relations* dalam sebuah instansi atau lembaga adalah untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi yaitu melalui kerja sama dan hubungan baik dengan media guna membangun citra positif terhadap khalayak.

Media massa memiliki peranan penting dalam menyebarkan informasi kepada khalayak dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini khalayak, sehingga dapat mendukung kegiatan yang dilakukan praktisi *Public Relations.*

Media relations merupakan bagian dari kegiatan *Public Relations* yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Lesly menjelaskan *media relations* sebagai berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. (Darmastuti, 2012:42)

Kegiatan *media relations* tidak lepas dari wartawan sebagai juru tulis sebuah media massa. Selain membina hubungan dengan kalangan redaksi, membina hubungan baik dengan wartawan juga penting dilakukan mengingat wartawan mengetahui situasi pemberitaan di lapangan.

Bagian Hubungan Masyarakat dan Protokol Direktorat Jenderal Pemasyarakatan merupakan bagian yang menjalankan kegiatan *media relations*. Bagian Hubungan Masyarakat dan Protokol Direktorat Jenderal Pemasyarakatan memiliki tiga Sub Bagian, yaitu Sub Bagian Publikasi, Sub Bagian Analisa dan Strategi Komunikasi, serta Sub Bagian Tata Usaha Pimpinan dan Protokol. Dengan melakukan kegiatan *media relations*, Direktorat Jenderal Pemasyarakatan memaksimalkan fungsi media massa untuk menyebarkan informasi dan upaya pengenalan kepada publik mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan instansi tersebut. Kegiatan *media relations* diantaranya adalah *Special Event* seperti Pameran Produk Kreatif, *press conference, press tour* seperti kunjungan ke Lapas, serta *press release.* Kegiatan *media relations* tersebut dikelola oleh Sub Bagian Publikasi.

Dengan menjalin hubungan dengan media, maka Bagian Hubungan Masyarakat dan Protokol Direktorat Jenderal Pemasyarakatan memiliki peluang besar untuk menjangkau khalayak sasaran secara lebih efektif dan efisien. Lebih efisien dikarenakan salah satu tujuan *media relations*, yaitu publisitas dalam bentuk berita tanpa bayar.

Bagian Hubungan Masyarakat dan Protokol Direktorat Jenderal Pemasyarakatan dalam menjalankan fungsinya lebih memposisikan diri

sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media, sehingga wajar bila dinyatakan bahwa pada dasarnya kegiatan *Public Relations* merupakan kegiatan media. Saat ini, sulit atau bahkan mustahil menyelenggarakan kegiatan kehumasan yang berhasil tanpa melibatkan media massa.

Salah satu bentuk kegiatan humas adalah memanfaatkan kegiatan berupa pameran untuk mencapai tujuan sebuah lembaga/instansi. Pameran menyajikan hasil karya atau produk untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi oleh masyarakat luas. Menurut Evelina (2007:3) kegiatan pameran termasuk salah satu kegiatan eksternal kehumasan yang sering dilakukan akhir-akhir ini dan merupakan media promosi. Sebagaimana diketahui hasil sebuah penelitian menunjukkan bahwa seseorang memperoleh pengetahuannya 75% dari penginderaan secara visual, 13% secara auditif, dan 12% melalui indera lainnya. Hal ini merupakan suatu bukti bahwa *event* seperti pameran berdampak luas bagi pengunjung maupun peserta pameran, karena dengan mengikuti pameran, mereka akan menemukan banyak hal yang dapat dilihat secara langsung sehingga pengetahuannya akan suatu produk atau perusahaan menjadi bertambah.

Kegiatan pameran produk kreatif Direktorat Jenderal Pemasyarakatan baru-baru ini adalah NAPI CRAFT Tahun 2016 dan Pameran Produk Unggulan Narapidana (PUN) 2017. Kegiatan NAPI CRAFT Tahun 2016 telah dibuka oleh Menteri Hukum dan HAM dan telah digelar selama empat hari dari tanggal 10 - 14 November 2016 di Grand Indonesia, Gedung West Lantai 5, Jalan M.H. Thamrin No. 1, Jakarta Pusat. Seluruh produk unggulan yang dipamerkan diantaranya *fashion*, kerajinan tangan, kuliner, serta meubel (*furniture*) dari 33

kantor wilayah atau Divisi Pemasyarakatan yang didukung 50 mitra kerja UKM di Indonesia. Bentuk hubungan media yang terjalin dalam kegiatan ini adalah Direktorat Jenderal Pemasyarakatan melakukan penyebaran siaran pers melalui konferensi pers NAPI CRAFT 2016 di Kantor Direktorat Jenderal Pemasyarakatan, Jl. Veteran, Jakarta Pusat, Senin (7/11). Direktorat Jenderal Pemasyarakatan mengundang seluruh media untuk dapat hadir dan meliput NAPI CRAFT 2016. Pada saat pameran berlangsung, media yang hadir akan didampingi oleh Staf Bagian Hubungan Masyarakat dan Protokol Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.

Pameran Produk Unggulan Narapidana (PUN) 2017 diselenggarakan dalam rangka memperingati Hari Bhakti Pemasyarakatan ke-53 tanggal 27 April 2017. Pameran yang digelar di Plasa Pameran Industri Kementerian Perindustrian, Jalan Gatot Subroto Kav 52-53 Jakarta Selatan ini berlangsung selama empat hari dari 4 hingga 7 April 2017. Dengan tema "Kreativitas Tanpa Batas Meskipun Tempat Terbatas," pagelaran PUN 2017 menghadirkan 33 Divisi Pemasyarakatan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM yang memperkenalkan produk-produk unggulan industri dalam lapas dari tiap wilayah di Indonesia serta mengikutsertakan lima mitra kerja Direktorat Jenderal Pemasyarakatan. Bentuk hubungan dengan media yang terjalin adalah dengan menyebarkan siaran pers melalui konferensi pers Pameran Produk Unggulan Narapidana (PUN) 2017. Direktorat Jenderal Pemasyarakatan juga mengundang seluruh media untuk dapat hadir dan meliput Pameran Produk Unggulan Narapidana (PUN) 2017 yang merupakan bentuk kerja sama antara Kementerian Perindustrian (Kemenperin)

dengan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan Kementerian Hukum dan HAM. Pada saat pameran berlangsung, media yang hadir akan didampingi oleh Staf Bagian Hubungan Masyarakat dan Protokol Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.

Memanfaatan media dalam mempublikasikan pameran produk kreatif sengaja dilakukan Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan dengan mengirimkan siaran pers ke beberapa media dan mengundang media untuk meliput kegiatan pameran produk kreatif. Pada kegiatan NAPI CRAFT 2016, Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan mengirim siaran pers ke beberapa media diantaranya; kompas.com, wartakota.tribunnews.com, detik.com, tempo.co, beritalima.com, khabarnasional.com dan lain sebagainya. Media-media tersebut telah mempublikasikan siaran pers yang dikirimkan Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan seperti di bawah ini.

Gambar 1.1
Publikasi Media NAPI CRAFT 2016

Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan juga mengundang beberapa media elektronik untuk meliput kegiatan NAPI CRAFT 2016 seperti TVOne, NET, MetroTV, TransTV, dan beberapa media lokal lainnya.

Sedangkan pada kegiatan PUN 2017, Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan mengirim siaran pers ke beberapa media diantaranya viva.co.id, bidikfakta.com, detik.com, tempo.co, aktual.com, kabarindotimur.com dan lain sebagainya. Media-media tersebut telah mempublikasikan siaran pers yang dikirimkan Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan seperti di bawah ini.

Gambar 1.2
Publikasi Media PUN 2017

Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan juga mengundang beberapa media elektronik untuk meliput kegiatan NAPI CRAFT 2016 seperti ANTV,

SCTV, RCTI, TVOne, KompasTV, NET, MetroTV, TransTV, dan beberapa media lokal lainnya.

1.2 Fokus Penelitian

Dengan menyadari dan mengetahui pentingnya posisi media dalam menyebarluaskan informasi mengenai pameran produk kreatif dan juga untuk mencapai tujuan yang diinginkan, Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan memilih media sebagai medium yang dapat mengalirkan informasi sehingga akan terjadi komunikasi efektif dari Direktorat Jenderal Pemasyarakatan kepada publik/khalayak.

Dalam memanfaatkan media, Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan memiliki perbedaan dalam menggunakan media, begitu pula khalayak/publik yang dituju oleh humas. Pemanfaatan disini yaitu lebih ditujukan kepada informasi yang dipublikasikan oleh media, humas menggunakan dan memilih media untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk itu penulis merumuskan masalah:

"Bagaimana pemilihan media dalam mempublikasikan pameran produk kreatif Direktorat Jenderal Pemasyarakatan?"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui kriteria pemilihan media dalam mempublikasikan pameran produk kreatif Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.

2. Mengetahui kendala pemilihan media dalam mempublikasikan pameran produk kreatif Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dalam penelitian pemilihan media dalam mempublikasikan pameran produk kreatif Direktorat Jenderal Pemasyarakatan ini antara lain :

1. Manfaat teoritis, dalam penelitian ini untuk memberi kontribusi atau masukan pada konsep dan teori pemilihan media.
2. Manfaat praktis, sebagai bahan evaluasi bagi lembaga yang relevan dalam menjalin hubungan media khususnya Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang kerangka teori, definisi konsep, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan desain penelitian, *informan* dan *key informan*, instrumen, reliabilitas data, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran terhadap hasil penelitian.