

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Hubungan masyarakat atau disingkat humas (*public relations* dalam bahasa Inggris) tentu tidak asing lagi di telinga masyarakat. Humas yang merupakan salah satu bagian yang mempunyai peran penting dalam perusahaan maupun organisasi berperan membentuk citra positif perusahaan atau organisasi di masyarakat serta sebagai jembatan baik dalam internal atau eksternal guna untuk menciptakan *good will* (niat baik).

Humas di Indonesia telah banyak dipraktekkan di instansi pemerintahan. Salah satu tujuannya ialah sebagai “jembatan penghubung” antara pemerintah kepada publik dalam melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan organisasi maupun publik, sehingga tercapai transparansi penyelenggaraan pemerintahan yang efektif serta efisien.

Suatu institusi atau lembaga, pada dasarnya mewajibkan terjalinnya suatu hubungan internal maupun eksternal. Internal humas yang mana hanya berlaku antara publik yang ada dalam instansi atau perusahaan. Sedangkan eksternal humas ialah suatu usaha untuk menjalin hubungan antara sebuah institusi atau lembaga dengan berbagai lapisan masyarakat yang langsung atau tidak langsung. Salah satu bentuk hubungan eksternal humas adalah hubungan dengan pers (*press relations*). Bentuk hubungan ini biasanya dibungkus dengan berbagai acara seperti menyampaikan informasi, *launching* produk baru, pelurusan sebuah masalah sampai dengan konfirmasi sebuah kejadian yang sedang hangat dibicarakan.

Di luar itu, humas dan media massa tentu saling membutuhkan dalam menjalankan tugas masing-masing. Untuk menyampaikan berbagai macam pesan ke masyarakat, praktisi humas membutuhkan media massa, karena seorang humas tidak mungkin dapat menjangkau semua lapisan masyarakat atau khalayak sasarannya dengan menggunakan komunikasi tatap muka atau secara langsung. Namun, media massa juga membutuhkan kehadiran humas sama pentingnya, untuk menjadi sumber berita mereka. Media massa membutuhkan peran humas juga sebagai mediator antara sumber informasi dan juga wartawan.

Tentu saja dalam menyelesaikan pekerjaannya humas membutuhkan publisitas. Publisitas dimana kita membutuhkan media untuk publikasi. Tidak hanya membangun citra, dalam menjaga hubungan dengan media atau *media relations*, humas dapat menggelar salah satu bentuk kegiatannya seperti konferensi pers dengan berbagai topik yang berbeda dengan bantuan media, karena tentu saja setiap konferensi pers perlu diliput dan diketahui khalayak. Oleh sebab itu, menjaga hubungan baik dengan media merupakan salah satu hal yang harus dilakukan oleh humas.

Konferensi pers merupakan salah satu cara yang ampuh untuk sebuah perusahaan atau organisasi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Berita atau informasi tersebut dapat segera disampaikan oleh pers kepada masyarakat luas dengan media elektronik maupun media cetak. Tujuan utama dari pelaksanaan konferensi pers tersebut adalah menyampaikan informasi positif kepada publik dan menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan eksternal publik, khususnya media/pers.

Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah salah satu kementerian yang berada dalam pemerintahan Indonesia yang mengurus urusan komunikasi dan informatika. Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika juga rutin menyiapkan dan menyelenggarakan konferensi pers

dengan berbagai macam bidang masalah dengan narasumber kredibel yang sesuai dengan topik serta bidangnya. Dalam menyelenggarakan konferensi pers, tentu bidang masalah yang diangkat tidak selalu sama, berbagai macam bidang masalah diangkat dan dibahas untuk dijadikan topik, seperti menyampaikan informasi dan *launching* produk baru. Apabila pada konferensi pers mengangkat tema *launching* suatu produk atau situs baru, tentu narasumbernya yang tepat ialah CEO produk tersebut, karena ia mampu memberikan informasi yang valid.

Validitas merupakan sesuatu yang penting dibalik kehadiran sebuah informasi, dengan begitu dalam menyelenggarakan konferensi pers, tentu harus menentukan narasumber yang relevan dengan tema yang akan diangkat dan juga kredibel dalam bidangnya. Sehingga peserta tertarik dan juga percaya terhadap apa yang disampaikan dalam konferensi pers tersebut. Selain itu juga, kegiatan konferensi pers tentu diliput oleh berbagai macam media, terutama media massa. Kekuatan media dalam menyampaikan pesan tentu tidak diragukan lagi kecepatannya. Apabila keabsahan informasi yang diberikan tidak pasti dan dimunculkan dalam media dan dibaca oleh banyak orang tentu dapat merugikan, terutama bagi yang menerima informasi tersebut.

Melihat dari banyaknya kegiatan konferensi pers yang diselenggarakan di Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan berbagai bidang masalah yang berbeda, tentu pada setiap penyelenggara konferensi pers tersebut memilih narasumber yang relevan dengan masing-masing bidang. Untuk itu maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih jauh mengenai bidang masalah dalam konferensi pers di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dan kredibilitas narasumbernya.

## 1.2. Masalah Penelitian

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI secara rutin menyelenggarakan konferensi pers dengan topik yang berbeda-beda, serta narasumber yang berbeda pula. Namun, belum diketahui kreadibilitas narasumbernya pada setiap topik yang diangkat, apakah kedua hal tersebut berhubungan atau tidak. Selanjutnya untuk mengetahui lebih detail mengenai kreadibilitas narasumbernya dengan bidang masalahnya, perlu dilakukan penelitian lebih intensif, maka peneliti mengemukakan masalah penelitian sebagai berikut:

“Bagaimana bidang masalah dalam konferensi pers periode April – Mei 2020 dan kredibilitas narasumbernya bagi wartawan di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI?”

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bidang masalah konferensi pers di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
2. Untuk mengetahui kreadibilitas narasumbernya di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan guna dan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

#### 1.4.1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan konsep dan teori *media relations*, khususnya konferensi pers, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

#### 1.4.2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi siapa saja yang menjalankan konferensi pers, khususnya di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dalam memilih topik dan narasumber, serta dapat menjadi masukan bagi peneliti lain yang akan meneliti mengenai bidang masalah dalam konferensi pers di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dan kredibilitas narasumbernya.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas, berikut adalah sistematika penulisan yang harus dipenuhi:

#### BAB I PENDAHULUAN

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

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan bahasan mengenai landasan konsep dan teori yang berkaitan konferensi pers, media relations, bidang masalah, narasumber, serta kerangka pemikiran.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang dua prosedur yang digunakan, yaitu analisis isi yang mana menjelaskan mengenai desain penelitian yang digunakan, unit analisis, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, operasional variabel, teknik pengumpulan data, validitas dan reabilitas, teknik analisis data, dan juga menggunakan prosedur survei.