

Evaluasi Aktivitas *Media Relations* Biro Pemberitaan Parlemen Sekretariat Jendral Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia

Fabrizio Revand Tannur, Fanny Lesmana, & Astri Yogatama

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

F11170011@john.petra.ac.id

Abstrak

DPR RI merupakan salah satu lembaga negara yang melakukan aktivitas media relations secara rutin. Biro Pemberitaan Parlemen dalam Sekretariat Jendral DPR RI yang bertanggung jawab mengenai proses persiapan serta pelaksanaan aktivitas media relations. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu press conference, special event, press release, press luncheon dan media visit. Penelitian ini meneliti mengenai evaluasi aktivitas media relations yang dilakukan oleh Biro Pemberitaan Parlemen Sekretariat Jendral DPR RI. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan metode studi kasus.

Berdasarkan data yang telah dianalisis dan diinterpretasi, ditemukan bahwa aktivitas media relations dianggap sebagai kegiatan yang dapat meningkatkan hubungan baik antara DPR RI dengan media. Dari hal tersebut, Biro Pemberitaan selalu mengundang berbagai media untuk dapat menghadiri berbagai kegiatan yang dilakukan di DPR RI. Aktivitas media relations menjadi aktivitas rutin, namun dari aktivitas tersebut tidak terdapat evaluasi komunikasi secara terstruktur sehingga proses evaluasi hanya menggunakan asumsi dan dokumentasi selama kegiatan berlangsung. Melalui asumsi ini akhirnya menimbulkan bahwa seluruh kegiatan yang telah diselenggarakan selama ini sudah terlaksana dengan baik. Hingga saat ini, Biro Pemberitaan Parlemen belum melakukan bentuk evaluasi komunikasi secara terstruktur. Hal ini menjadi penting untuk dilakukan karena asumsi tidak dapat menjadi tolok ukur dalam menilai sebuah kebenaran yang terjadi di lapangan.

Kata Kunci: Aktivitas, *Media Relations*, DPR RI

Pendahuluan

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) merupakan Lembaga Tinggi Negara yang merupakan lembaga perwakilan rakyat. DPR RI memiliki kewajiban untuk melakukan tiga fungsi yaitu legislasi, anggaran, dan pengawasan. Fungsi DPR RI dilaksanakan dalam kerangka representasi rakyat. Hal ini membuat setiap Anggota Dewan memiliki kewajiban utama yaitu mengutamakan kepentingan rakyat yang diwakilinya sehingga menjadikan mereka sebagai “Wakil Rakyat” (www.DPR.go.id, 2016). DPR RI sebagai representasi rakyat, maka penting bagi publik untuk mengetahui berbagai hal yang telah dilakukan oleh anggota Dewan sebagai perwakilan mereka. Pemberitaan di media massa menjadi

salah satu cara agar publik mengetahui kinerja para anggota Dewan. Dalam hal ini, DPR RI perlu melakukan suatu usaha untuk dapat menghubungkan DPR RI dengan publik, dimana salah satunya adalah melalui kerja *Public Relations*.

Dalam menjalin relasi dengan media massa, baik reporter secara individual maupun dengan institusi, *Public Relations* dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan media massa meliputi *media visit*, *press release*, *press conference*, *special event*, *press tour*, wawancara pers dan *press luncheon* (Ardianto, 2007, p. 128-129). Dalam hal ini *Media Relations* di DPR RI dilakukan oleh Biro Pemberitaan Parlemen yang tujuan utamanya ialah publisitas dan membangun citra positif baik Lembaga maupun anggota Dewan.

Iriantara (2008) mengungkapkan bahwa dengan adanya liputan oleh media, akan berpengaruh juga untuk menjaga reputasi dan kepercayaan publik akan organisasi. Berita yang disajikan media massa memiliki dampak pada pembentukan opini publik dan membentuk kepercayaan publik pada DPR RI. Dalam hal ini, untuk dapat membangun kepercayaan publik kepada DPR RI dapat dilakukan melalui membangun hubungan baik terlebih dahulu dengan media. Media memiliki peranan penting dalam pembentukan opini publik serta pembentukan citra mengenai sebuah organisasi atau perusahaan. DPR RI memiliki karakteristik yang berbeda dengan Lembaga Negara lainnya terutama dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi kepada publik (Sekretariat Jenderal, 2014, p.2). Maka dari itu sangat penting dalam menjaga relasi baik dengan masyarakat maupun rekan media.

Biro Pemberitaan Parlemen pada proses pelaksanaan *media relations* memiliki tugas dalam penyusunan perencanaan, melaksanakan dan mengevaluasi. Namun dalam hal evaluasi belum dilakukan secara sistematis oleh Biro Pemberitaan Parlemen. Menurut Lindenmann (1997) evaluasi adalah setiap dan semua penelitian yang dirancang untuk menentukan efektivitas relatif sebuah program, kegiatan atau strategi *public relations* dengan mengukur *output* dan *outcome* yang telah ditetapkan (Iriantara, 2004, p.148).

Iriantara (2005, p.72) memaparkan bahwa kurang adanya “penekanan pada sisi perencanaan, khususnya perencanaan strategis, dan lebih kurang lagi, penekanan pada aspek evaluasi”. Hal ini sering terjadi pada Biro Pemberitaan dalam melakukan *media relations* yang lebih berfokus pada aspek *implementation* saja. Cutlip, Center, dan Broom (2009, p.419) membedakan model evaluasi ke dalam 3 tahap yaitu: *preparation* (persiapan), *implementation* (implementasi) and *impact* (pengaruh). Penelitian ini dilakukan untuk dapat mengetahui evaluasi dari tahapan *media relations* yang dilakukan oleh Biro Pemberitaan Sekretariat Jendral DPR RI, apakah telah sesuai dengan tujuan saat persiapan dengan implementasi yang dilakukan telah sesuai atau tidaknya. Hal evaluasi tahapan juga penting untuk dapat menjadi rekomendasi untuk penyempurnaan kegiatan *media relations* yang akan dilakukan kedepannya. Maka dari itu sangat penting untuk melakukan evaluasi *media relations* secara tahapan untuk dapat mengetahui setiap kegiatan *media relations* secara bertahap sehingga hasil evaluasi tahapan dapat menjadi acuan untuk penyusunan dan pelaksanaan kegiatan selanjutnya.



Tinjauan Pustaka

Evaluasi Sebagai Proses Public Relations

Cutlip, Center, dan Broom (2009, p.419) membedakan model evaluasi ke dalam 3 tahap yaitu: *preparation* (persiapan), *implementation* (implementasi) and *impact* (pengaruh). Pada tahap persiapan, terdapat tiga kriteria penting yang menjadi acuan dasar yaitu dasar informasi, kelengkapan informasi yang digunakan untuk merencanakan sebuah program, mengkaji organisasi dan ketepatan program serta strategi dan isi pesan, kualitas pesan dan elemen program. Sedangkan di dalam tahap implementasi terdapat empat kriteria yaitu distribusi jumlah pesan kepada media, penempatan jumlah pesan yang diberitakan di media, jumlah audiens yang menerima pesan serta jumlah audiens yang menerima pesan program, dan yang terakhir adalah jumlah audiens yang memperhatikan pesan. Pada tahap pengaruh, terdapat enam kriteria yaitu, jumlah orang yang mengetahui dan memahami isi pesan, jumlah orang yang mengubah opininya, jumlah orang yang merubah sikap, jumlah audiens yang merubah perilaku, jumlah orang yang mempertahankan perilaku yang diharapkan dan yang keenam adalah perubahan sosial dan budaya (Cutlip, 2009, p.420).

Media Relations

Menurut Ruslan, *Media relations* merupakan suatu kegiatan khusus dari pihak *public relations* untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk dan hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif (Ruslan, 2007, p. 169).

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif disebut sebagai prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2013, p.4).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Studi kasus adalah sebuah model yang memfokuskan eksplorasi “sistem terbatas” atas satu kasus khusus ataupun pada sebagian kasus secara terperinci dengan penggalian data secara mendalam. Beragam sumber informasi yang kaya akan konteks dilakukan untuk penggalian data (Creswell, 2015).



Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini adapun subjek penelitian ini yang merupakan Biro Pemberitaan Parlemen Sekretariat Jendral DPR RI dan objek dari penelitian ini adalah *Media Relations*. Dari penelitian ini akan melihat bagaimana evaluasi aktivitas *media relations* secara bertahap

Analisis Data

Setelah pengumpulan data dilakukan dari wawancara, data yang di hasilkan akan di analisis. Analisis data kualitatif dapat dilakukan dengan bersamaan dengan pengumpulan data, membuat interpretasi dan menulis laporan (Carsweell, 2009, p. 184). Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya (Moleong, 2013, p.190).

Temuan Data

Tujuan Aktivitas *Media Relations*

Salah satu tujuan dalam melakukan aktivitas *media relations* adalah menjadi jembatan antara organisasi dengan media untuk dapat membangun hubungan yang baik. Hal ini dilakukan dengan terus menjalin komunikasi yang baik dengan rekan-rekan media. Selain itu, dari hasil wawancara dengan para narasumber disimpulkan bahwa tujuan utama lainnya dari aktivitas *media relations* adalah mendapatkan publisitas atau publikasi. Dengan adanya publisitas dari media akan sekaligus juga meningkatkan reputasi dewan atau citra baik mengenai DPR RI maupun Anggota Dewan.

Proses Dalam Mencapai Tujuan Aktivitas *Media Relations*

Usaha untuk dapat mencapai tujuan utama, Biro Pemberitaan akan selalu membuat *press release* di setiap kegiatan yang akan dilangsungkan, selain itu Biro Pemberitaan Parlemen juga akan mengundang media untuk hadir dan melakukan peliputan. Dalam hal mengundang media, Biro Pemberitaan memilah media khususnya media yang telah bekerja sama, namun Biro Pemberitaan Parlemen terbuka bagi media lainnya untuk hadir dan melakukan peliputan. Biro Pemberitaan Parlemen juga menyediakan fasilitas berupa *press room* yang dapat digunakan oleh rekan media yang hadir.

Biro Pemberitaan Parlemen juga mendapatkan dukungan internal yang penuh dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan *media relations*. Untuk dapat mencapai tujuan aktivitas *media relations*, Biro Pemberitaan Parlemen melakukan *research* dalam proses perencanaan. Dari hasil *research* akan dibuat TOR (*Term of References*).



Bentuk Kegiatan *Media Relations* Yang Dilakukan

Aktivitas *media relations* yang telah dilakukan oleh Biro Pemberitaan Parlemen adalah *special event* (Dialektika demokrasi dan *press gathering*), *media visit*, *press release*, *press luncheon* dan *press conference*.

Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dengan Wartawan

Dalam melakukan aktivitas *media relations*, Biro Pemberitaan Parlemen seringkali melakukan komunikasi dengan rekan media. Dengan perkembangan jaman, Biro Pemberitaan Parlemen juga memanfaatkan media baru sebagai media komunikasi dengan rekan media. Media baru yang sering digunakan adalah *whatsapp*, *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *Youtube* dan *website*. Biro Pemberitaan Parlemen menilai bahwa dengan hadirnya media baru sangat membantu kinerja Biro Pemberitaan Parlemen dalam berkomunikasi dengan rekan media sekaligus dengan publik lainnya.

Evaluasi Aktivitas *Media Relations*

Dalam pelaksanaannya, Biro Pemberitaan Parlemen belum melakukan evaluasi secara detail. Selama ini, Biro Pemberitaan Parlemen melakukan evaluasi internal saja yang berupa diskusi mengenai apa saja yang terjadi selama proses implementasi dan apakah berjalan dengan baik atau tidak.

Analisis dan Interpretasi

Menurut John Marston dalam Firsan Nova (2009) menerapkan pendekatan *RACE* yang dimulai dengan *research -action-communication-evaluation*. Dalam analisis dan interpretasi data mengenai gambaran umum aktivitas *media relations* yang dilakukan Biro Pemberitaan Parlemen dari proses persiapan hingga evaluasi dengan pendekatan *RACE* dan penelitian ini menggunakan tiga tingkatan dan langkah mengevaluasi sesuai dengan teori Cutlip, Center, dan Broom (2009, p.419) membedakan model evaluasi ke dalam 3 tahap yaitu: *preparation* (persiapan), *implementation* (implementasi) and *impact* (pengaruh).

Preparation Evaluation

- *Research*

Dalam tahap ini, Biro Pemberitaan Parlemen melakukan *research* dalam perencanaan sebuah kegiatan. *Research* penting untuk dilakukan pada setiap aktivitas *media relations*. Dalam pelaksanaan *research* tidak menutup kemungkinan untuk Biro Pemberitaan Parlemen melibatkan pihak eksternal khususnya rekan-rekan media. Hal ini juga menjadi salah satu strategi untuk mendekatkan diri secara personal dengan rekan media. *Research* yang melibatkan rekan media pada umumnya dilakukan untuk mendiskusikan perihal tempat, kebutuhan dan jadwal pelaksanaan kegiatan. *Research* juga dilakukan untuk dapat mengetahui kebutuhan rekan media yang akan dipenuhi melalui kegiatan *media relations* Biro Pemberitaan Parlemen dan juga memperjelas tujuan utama dari kegiatan tersebut



dilaksanakan. Dari hasil *research*, akan dirangkum dalam TOR (*Term of Reference*).

Namun pembuatan TOR seharusnya dapat dibuat lebih *detail* apabila dibuat dalam bentuk proposal dimana isi proposal dibuat secara lebih *detail* yang dapat berguna untuk mengetahui hasil-hasil penting dari *research* yang telah dilakukan. Selain itu kegunaan dari *proposal* sendiri adalah agar pada tahap implementasi lebih memudahkan dan dapat mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan telah berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan dan apakah telah memenuhi tujuan utama dari kegiatan tersebut dilakukan.

Implementation Evaluation

- *Action*

Implementasi yang telah dilakukan oleh Biro Pemberitaan Parlemen telah sesuai dengan fungsi *Public Relations* yang seharusnya. Salah satunya terdapat aktivitas *media visit* yang dilakukan langsung oleh pihak *top management* DPR RI dan Biro Pemberitaan Parlemen. Hal ini sesuai dengan yang seharusnya karena dengan hadirnya *top management* ke kantor rekan media dapat menunjukkan bentuk perhatian khusus dan apresiasi. Namun masih terdapat kekurangan yang ada pada aktivitas *media relations* yang dilakukan. Hal ini terdapat pada *press conference*, dimana Biro Pemberitaan Parlemen lebih sering melakukan *press conference* secara mendadak untuk mengcounter isu yang beredar di masyarakat seharusnya diharapkan Biro Pemberitaan Parlemen lebih memperbanyak *press conference* terencana untuk penyebaran informasi yang lebih positif (tidak hanya untuk mengcounter saja). Namun hal ini tetap dilakukan secara maksimal dengan tujuan untuk mempertahankan citra positif dari DPR RI. Biro Pemberitaan Parlemen tetap selalu siaga untuk mempersiapkan *press conference* dari sarana dan prasarananya dengan sangat baik dan mengundang bara media untuk dapat hadir pada *press conference* tersebut. Selain itu, kegiatan *media relations* lainnya telah dilakukan sesuai dengan yang seharusnya dan sesuai fungsi dari kegiatan tersebut dilakukan.

- *Communication*

Sangat penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi untuk dapat menjaga hubungan dan selalu berkomunikasi dengan publiknya baik eksternal maupun internal. Hal ini sejalan dengan yang telah dilakukan oleh Biro Pemberitaan Parlemen Sekretariat Jendral DPR RI dengan menjalin komunikasi dan hubungan baik dengan media melalui aktivitas *media relations*. Dalam pelaksanaan aktivitas *media relations*, Biro Pemberitaan Parlemen melakukan komunikasi dengan publik eksternal khususnya dengan rekan media. Hal ini dilakukan agar tercipta hubungan yang harmonis baik secara personal maupun intuisi.

Dalam penerapannya, DPR RI melakukan komunikasi kepada publiknya khususnya media melalui Biro Pemberitaan Parlemen Sekretariat Jendral DPR RI yang memiliki tanggung jawab dalam penyebaran informasi ke publik melalui *press release* dan membina hubungan yang baik dengan rekan media melalui komunikasi personal menggunakan media baru maupun media lama dan segala aktivitas *media relations* lainnya. Hal ini telah sesuai dengan teori yang ada yaitu *relationship management* yang menjelaskan pentingnya untuk menerapkan faktor etis dalam menjalin relasi publik.



Biro Pemberitaan Parlemen memaparkan bahwa hubungan antara media dan Biro Pemberitaan Parlemen merupakan hubungan yang saling membutuhkan dan membantu satu sama lain. Dimana Biro Pemberitaan Parlemen membutuhkan publisitas dan media membutuhkan berita. Namun meski begitu, Biro Pemberitaan Parlemen juga sadar betul akan pentingnya komunikasi dengan pihak eksternal lainnya dan pihak internal agar tercipta hubungan yang harmonis melalui komunikasi yang baik. Tidak jarang Biro Pemberitaan Parlemen untuk terus berkomunikasi dengan pihak-pihak lain untuk melakukan perencanaan program *media relations*.

Impact Evaluation

- *Evaluation*

Evaluasi merupakan cara untuk melakukan pengukuran untuk seluruh kegiatan dan aktivitas *public relations*, dengan melakukan proses evaluasi, maka dapat melakukan pemeriksaan terhadap *output* dari aktivitas *media relations* sehingga dapat memperbaiki proses perencanaan strategi yang digunakan (Michael Bland, 2005). Evaluasi merupakan tahapan yang terakhir dimana menjadi tahapan penilaian keberhasilan sebuah kegiatan dan untuk dapat mengetahui hal apa saja yang telah dilakukan serta hasil yang didapati dari sebuah kegiatan. Pada realitanya, evaluasi di Biro Pemberitaan Parlemen tidak dilakukan secara tiga tahapan evaluasi (*preparation, implementation & impact evaluation*) dengan dilengkapi dengan tahapan R (*research*)-A (*action*)-C (*communication*)-E (*evaluation*).

Jika evaluasi tahapan ini dilakukan dengan baik dan secara detail akan mempermudah Biro Pemberitaan Parlemen untuk menilai secara jelas apakah tujuan utama dilakukan *media relations* telah tercapai secara jelas tidak hanya berdasarkan asumsi saja. Evaluasi yang dilakukan secara detail juga dapat berfungsi untuk mengetahui apakah kegiatan *media relations* ini dapat diselenggarakan kembali atau tidak. Penting bagi Biro Pemberitaan Parlemen Sekretariat Jendral DPR RI untuk dapat merubah cara evaluasi ringan ke evaluasi secara detail sehingga ada laporan tertulis yang dapat dipertanggung jawabkan oleh unit kerja terkait. Selain itu evaluasi secara detail dapat mengetahui tingkat keefektivitasan sebuah kegiatan yang telah diselenggarakan. Sehingga apabila dikemudian hari jika akan menyelenggarakan kegiatan yang sama dapat diperbaiki lagi jika ada kekurangan dan dapat ditingkatkan kembali.

Simpulan

Biro Pemberitaan Parlemen DPR RI memiliki tugas dalam melakukan *media relations*. Bentuk aktivitas yang telah dilakukan oleh Biro Pemberitaan Parlemen cukup beragam yaitu *press conference, press luncheon, press release, special event* (*media visit* dan dialektika demokrasi) dan *media visit*. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan secara rutin untuk tetap menjalin hubungan dengan media secara baik sehingga timbul hubungan yang harmonis



dengan pihak eksternal khususnya rekan media. Namun disisi lain dengan rutinitas tersebut membuat evaluasi dilakukan secara ringan saja dan tidak dilakukan secara detail.

Seharusnya evaluasi secara detail dapat dilakukan agar Biro Pemberitaan Parlemen dapat mengetahui apakah usaha yang telah dilakukan sudah memiliki hasil yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan akhir dilakukannya aktivitas *media relations* tersebut dilakukan seperti reputasi dewan yang positif dan reputasi DPR RI secara keseluruhan, publikasi yang positif mengenai Anggota Dewan dan DPR RI secara keseluruhan dan tujuan lainnya. Lalu ketika adanya evaluasi secara detail ini jika memiliki hasil yang sesuai dengan hasil yang diharapkan, Biro Pemberitaan Parlemen dapat melihat sisi kelebihan dan kekurangan selama proses *preparation* dan *implementation* sehingga dapat melihat apa saja yang perlu tetap dipertahankan dan apa saja yang perlu dibenahi agar dalam kegiatan selanjutnya dapat melebihi target yang diinginkan sebelumnya.

Daftar Referensi

- Ardianto, E. Soemirat, Soleh (2007). Dasar – Dasar Public Relations. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Creswell, John. W. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih di antara Lima Pendekatan (Edisi ke-3). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Cutlip, Center, Broom. (2009). Effective public relations. Jakarta: Kencana
- Nova, Firsan. (2009). *Crisis Public Relations*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Iriantara, Yosol (2004). Community Relations : Konsep dan Aplikasinya. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Iriantara, Yosol. (2008). Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Moleong, Lexy J. (2013). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. (2010). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta :Rajawali Pers
- Sekretariat Jenderal. (2014). Membangun Hubungan DPR dan Media. Jakarta : Sekretariat Jenderal DPR RI
- Sekretariat Jenderal. Tentang Keanggotaan DPR RI. Dewan Perwakilan Rakyat, 2016, www.DPR.go.id/tentang/keanggotaan.
- Moleong, Lexy J. (2013). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

