

## **Peran Humas UIN Ar-Raniry dalam Membangun Relasi dengan Media Pers**

**Nazarullah**

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

*e-mail: nazarullah.sp@gmail.com*

### **Abstract**

This study attempts to describe the communication strategies used and various kinds of activities carried out by UIN Ar-Raniry public relations in establishing relationships with the press media. The research method used in this study is qualitative method with a descriptive approach. The data sources of this study were obtained from respondents as the primary data source through several stages in the form of observations records, in-depth interviews and documentation. The data analysis was performed by using descriptive qualitative analysis techniques through three flows of activities that carried out simultaneously, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The result of the study revealed that the role of public relations of UIN Ar-Raniry in establishing relations with the press media has been going well. It can be seen from the communication strategies used and the various forms of activities that is organized by UIN Ar-Raniry public relation in developing relations with the press media. The communication strategy used is two-way symmetrical and Reciprocity communication strategy that conforms to the principles of media relations. Several kinds of activities carried out by UIN Ar-Raniry public relations in developing relationships with the press media are *Press Coverage*, *Press Conference*, *Press Release*, *Press Statement*, *Press Interview*, and *Electronics Communications*. Meanwhile, the informal activities are *Press Reception* and *Morning Coffee*.

**Keywords:** *public relations; relations; press media*

### **A. Pendahuluan**

Media pers berfungsi menyebarkan informasi, berita, gagasan, pikiran, atau perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain. Pers dinilai memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini khalayak. Pers juga mampu membantu menimbulkan citra positif pihak-pihak yang diberitakannya.

Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian sempit dan pers dalam pengertian luas. Pers dalam arti luas adalah meliputi segala penerbitan, termasuk media massa elektronika, radio siaran dan televisi siaran,

sedangkan pers dalam arti sempit hanya terbatas pada media massa cetak, yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita<sup>1</sup>.

Sebagai media komunikasi dan publikasi informasi kepada khalayak, media massa atau media pers saat ini telah dimanfaatkan oleh berbagai pihak seperti instansi atau lembaga tertentu ‘sebagai sarana untuk memublikasikan atau menginformasikan sesuatu yang berkaitan dengan pihak tersebut. Hal ini karena media pers dianggap sebagai salah satu sarana yang efektif.

Humas atau *Public Relations* sebagai bagian terpenting pada setiap lembaga atau instansi, memiliki fungsi antara lain membangun hubungan dengan masyarakat dan lembaga mitra lainnya, memberikan, menyebarkan informasi terkait capaian-capaian, program-program dan kebijakan lembaga yang berpengaruh kepada khalayak, sehingga lembaga yang diayomi dapat tumbuh subur dan berkembang, serta memiliki kepercayaan dari publik.

Humas merupakan bagian dari kegiatan manajemen yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi untuk memelihara citra baik serta untuk membentuk opini yang positif dari masyarakat agar dapat memperoleh kepercayaan dan dukungan dari masyarakat baik internal maupun eksternal.

Sebagai *Public Relations*, humas tidak dapat berjalan sendiri. Agar informasi yang diberikan dapat dijangkau semua kalangan dan tersebar luas maka perlu menjalin relasi atau hubungan pers (*Press Relations/Media Relations*) yakni membina hubungan baik dengan kalangan pers.

*Media Relations* bagi humas adalah sebuah keharusan. Menjalin dan menjaga hubungan baik dengan media pers merupakan tahapan penting yang harus dilakukan oleh humas sebagai *public relations*. Media adalah *partner* utama humas sebagai alat untuk menyampaikan dan menyebarkan informasi atau berita kepada publik.

Senada dengan hal di atas, Nurudin mengungkapkan bahwa menghindari hubungan dengan media adalah “kematian”, sedangkan mengelola dan menjalin hubungan baik dengan media adalah kehidupan yang menjanjikan dimasa datang. Ini menandakan bagaimana besar dan pentingnya peran yang dimiliki oleh media massa, terutama dalam mendeseminasikan informasi dan mempengaruhi persepsi publik<sup>2</sup>.

---

1 Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 145

2 Nurudin, *Hubungan Media-Konsep dan Aplikasi*. (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2008) hlm. 39.

Membangun relasi atau bekerjasama dengan berbagai media pers adalah pilihan tepat untuk sarana publikasi informasi bagi suatu instansi/lembaga atau organisasi lainnya. Hal ini dikarenakan media pers selain menghasilkan berita dari proses peliputan, wawancara dan penulisan berita yang dilakukan oleh wartawannya, juga memublikasikan informasi yang dikirimkan oleh lembaga atau instansi lainnya yang disebut dengan istilah siaran pers atau *press release*. Selain itu, masih banyak bentuk-bentuk kerjasama lain yang dapat dilakukan pihak humas dengan media pers.

Sebagaimana uraian-uraian yang telah dibahas sebelumnya, seiring perkembangan teknologi informasi, media pers terus bertambah dan berkembang, baik secara global, nasional dan bahkan ditingkat lokal. Demikian juga halnya di Aceh, yang merupakan provinsi paling ujung di Negara Kesatuan Republik Indonesia juga telah lahir dan berkembang sejumlah media, baik media cetak, media elektronik seperti radio, televisi maupun media-media *online*.

Berbagai instansi dan lembaga telah bekerjasama dengan media pers tersebut untuk memublikasikan atau menyiarkan informasi instansi dan lembaganya kepada masyarakat. Salah satunya adalah lembaga Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan UIN Ar-Raniry sampai saat ini merupakan hasil dari kerja keras para pihak yang ada di lembaga tersebut. Para pihak yang dimaksud antara lain bidang kehumasan atau *Public Relations*. Humas dalam kaitannya sebagai penyampai informasi kepada masyarakat merupakan ujung tombak dalam suatu lembaga.

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan awal yang telah dilakukan, dalam hal kinerja, humas UIN Ar-Raniry telah melakukan perannya antara lain menjalin komunikasi dengan media pers, baik media cetak, media *online*, maupun elektronik. Namun, bagaimana strategi komunikasi yang digunakan dan bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan oleh humas UIN Ar-Raniry dalam berelasi dengan media pers, perlu dikaji secara mendalam dengan tujuan agar menjadi referensi dan evaluasi serta mendapatkan solusi dari setiap permasalahan yang ada.

Oleh karena itu, untuk mencari jawaban dari fenomena, mengetahui realitas secara akurat dan faktual, maka penulis merasa penting dan tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Humas UIN Ar-Raniry dalam Membangun Relasi dengan Media Pers”.

## **B. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari responden sebagai sumber data primer yang melalui beberapa tahapan berupa catatan hasil observasi, wawancara mendalam (*in-depth interviews*) dan dokumentasi. Wawancara mendalam (*in-depth interviews*) dilakukan dengan 8 orang narasumber yang kompeten dibidangnya yaitu unsur pimpinan dan Humas UIN Ar-Raniry dan pihak media yaitu pimpinan, redaktur dan wartawan media pers. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis kualitatif deskriptif melalui tiga alur kegiatan yang dilakukan secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian tentang Peran Humas UIN Ar-Raniry dalam membangun relasi dengan media pers pada lembaga UIN Ar-Raniry Bagian Humas dan Informasi, dikhususkan pada 2 aspek permasalahan yaitu (1) strategi-strategi komunikasi yang dilakukan Humas UIN dan (2) bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan oleh humas UIN Ar-Raniry dalam membangun relasi dengan media pers. atau yang dikenal dengan istilah relasi media (*media relations*).

Secara umum Humas dalam berelasi dengan media pers bertujuan untuk memperoleh publisitas informasi seluas mungkin yang dianggap baik untuk diketahui publik, memperoleh tempat dan pemberitaan secara objektif, wajar dan menguntungkan lembaga, memperoleh umpan balik mengenai upaya dan kegiatan lembaga, mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan dilandasi saling percaya dan menghormati.

Relasi harmonis antara Humas dengan media pers adalah hal penting yang harus diwujudkan oleh Humas. Relasi tersebut sifatnya sinergis, saling membutuhkan dan menguntungkan. Pihak lembaga membutuhkan media pers untuk memublikasikan informasi dan sebaliknya, media pers membutuhkan lembaga sebagai sumber berita.

Pasang surut hubungan antara Humas dengan media pers sebagai dua lembaga yang berbeda, adalah hal yang wajar. Hal ini bisa saja terjadi karena adanya perbedaan mendasar terkait orientasi. Orientasi Humas dalam segala aktivitasnya adalah manifestasi visi dan misi lembaga. Humas bertugas membangun opini publik untuk menciptakan image positif lembaga. Semua informasi dan kerja humas adalah berita

dengan nuansa positif dan sangat jarang bernada negatif. Kalau pun ada, berita semacam ini berbentuk ucapan permintaan maaf dan penyesalan dari sebuah kesalahan. Walaupun isi berita bernuansa negatif, humas harus mengemasnya sedemikian rupa sehingga *image* positif dimata publik tetap terjaga. Menjadi sangat wajar, apabila Humas berusaha menutupi informasi atau berita-berita negatif lembaganya. Sedangkan media orientasinya adalah berita-berita buruk dari sebuah organisasi atau lembaga adalah berita baik untuk konsumsi publik (*bad news is a good news*)<sup>3</sup>.

Oleh karena itu, untuk keharmonisan hubungan Humas dan media pers harus saling memahami tugas masing-masing secara dewasa. Humas juga harus menggunakan strategi komunikasi yang tepat dan efektif agar tercipta hubungan yang baik dengan media pers, sehingga kegiatan penyebaran informasi dan publikasi Humas di media berjalan dengan maksimal serta dengan mudah mendapatkan tempat di ruang-ruang berita media pers.

Frank Jefkins menguraikan beberapa prinsip umum yang harus dilakukan Humas dalam menjalin relasi yang baik dengan media, antara lain: 1) Melayani media (*by serving the media*), 2) Membangun reputasi dan kepercayaan (*By establishing a reputations for reliability*), 3) Menyediakan salinan atau naskah informasi baik (*by supplying good copy*), 4) Bekerja sama dalam penyajian bahan informasi (*By cooperations in providing material*), 5) Menyediakan fasilitas verifikasi yang memadai (*By providing verifivation facilities*), 6) Membangun hubungan personal yang kuat dan positif (*By building personal relationship with the media*)<sup>4</sup>.

Sesuai dengan uraian di atas, dalam membangun relasi yang baik dan harmonis dengan media pers, dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat dan efektif. Strategi pada dasarnya merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Berkaitan dengan strategi Humas UIN dalam berelasi dengan media pers, dalam hal ini strategi dapat dimaknai sebagai cara-cara komunikasi atau pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh Humas UIN Ar-Raniry untuk membangun dan menjaga harmonisasi hubungan Humas dengan media pers untuk mencapai tujuan.

Effendy menyebutkan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi

---

<sup>3</sup> Andi Mulyadi, *Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Sukabumi dalam Menjalin Relasi Dengan Media*, jurnal Ilmiah Ummi, Volume XI, No. 03 Desember 2017 diakses tanggal 21 desember 2020

<sup>4</sup> Dasrun Hidayat. *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014) hlm. 69-70.

untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya<sup>5</sup>.

Peran Humas dalam suatu lembaga menurut Dozier dan Broom dibagi menjadi empat kategori, salah satunya adalah *Communication Technician* yaitu Humas berperan sebagai teknisi komunikasi. Oleh karena itu Humas dalam berkomunikasi harus memiliki teknik dan strategi tersendiri yang tepat dan efektif, sesuai dengan sasarannya baik dengan pihak internal maupun eksternal serta *feedbacknya*, dalam rangka menciptakan *image* positif/iklim pendapat publik yang menguntungkan lembaga.<sup>6</sup>

Selanjutnya James Grunig memaparkan model *two way simetrical* sebagai salah satu bentuk pendekatan yang dijalankan oleh humas dalam berhubungan dengan media. *two ways simetrical* mengungkapkan bahwa suatu komunikasi yang dilakukan melalui dua arah secara timbal balik yang berimbang. Model ini mampu memecahkan atau menghindari terjadinya suatu konflik dengan memperbaiki pemahaman publik secara strategis agar dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan-pesan atau informasi melalui teknik komunikasi membujuk untuk membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak<sup>7</sup>.

Bronislaw Malinowski juga memaparkan pendekatan *Reciprocity Model* (komunikasi timbal balik) sebagai strategi yang digunakan untuk menjalin relasi dengan media. Ciri karakteristik model hubungan ini, antara lain: 1) Hubungan yang dibangun memiliki tujuan untuk menciptakan suatu perdamaian, 2) setiap individu memiliki kebebasan, 3) kebenaran menjadi satu hal yang sangat dihargai, 4) kekeluargaan menjadi dasar dalam membangun hubungan.

Mengacu pada berbagai paparan dan penjelasan dari para ahli di atas, tentang peran Humas khususnya strategi Humas dalam berhubungan dengan media pers, hal ini sudah tercermin di dalam strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas UIN Ar-Raniry, sebagaimana jawaban yang diberikan responden dalam wawancara dengan peneliti. Strategi komunikasi yang dipraktikkan Humas UIN Ar-Raniry dengan media adalah dua arah, timbal balik yang didasari oleh nilai-nilai perdamaian, menghargai kebebasan, saling pengertian, saling menguntungkan, keterbukaan informasi dan rasa kekeluargaan.

---

5 Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), Cet. 23, hlm. 32

6 Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations* (Jakarta: Raja Grafindo, 2006) hlm. 20-21

7 Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007) hlm. 105

Berdasarkan strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam menjalin relasi dengan media pers, tentunya ada berbagai bentuk kegiatan yang dilakukan baik yang secara langsung menyangkut dengan pelaksanaan tugas masing-masing pihak Humas maupun media pers, maupun kegiatan-kegiatan lain diluar tugas. Namun bentuk kegiatan yang dilakukan ini merupakan bagian dari menjalin hubungan yang secara tidak langsung memberikan dampak signifikan bagi sukses atau tidaknya peran Humas dalam suatu lembaga dalam membangun relasi dengan media.

### **1. Bentuk-bentuk kegiatan yang dapat dilakukan Humas dalam menjalin relasi dengan media pers menurut Rosady Ruslan**

#### *a. Press Conference (Jumpa Pers)*

*Press conference* adalah suatu pertemuan khusus dengan pihak pers yang bersifat resmi yang sengaja diselenggarakan oleh Humas, dalam upaya menjelaskan suatu rencana kegiatan atau permasalahan tertentu yang sedang dilakukan atau dihadapi lembaga. Dalam pelaksanaan *press conference* waktu, tempat, dan tema *press conference* ditentukan secara jelas. Pihak media atau wartawan mewakili berbagai media pers di undang secara resmi.

#### *b. Press Tour (Wisata Pers)*

*Press Tour* atau wisata pers dilakukan dengan mengajak sejumlah wartawan yang berasal dari berbagai media massa yang telah di kenal baik oleh Humas untuk wisata kunjungan ke suatu *event* khusus, atau peninjauan ke luar kota bersama dengan pejabat instansi/lembaga pengundang untuk meliput secara langsung kegiatan tertentu.

#### *c. Press Reception (Jamuan Pers)*

Kegiatan mengundang pihak media atau wartawan untuk menghadiri acara resepsi atau seremonial dalam acara jamuan. Kegiatan ini bisa dalam suasana formal maupun informal.

#### *d. Press Briefing (Jumpa Pers)*

*Press briefing* adalah pertemuan yang diselenggarakan dalam waktu tertentu, biasanya pada awal/akhir bulan oleh pihak humas atau pimpinan dan pejabat tinggi instansi bersangkutan.

#### *e. Press Statement (Keterangan Pers)*

*Press statement* adalah memberikan keterangan kepada pihak pers, bisa dilakukan kapan dan dimana saja oleh narasumber, tanpa adanya undangan resmi. Bisa melalui tatap muka langsung atau melalui telepon.

*f. Press Interview (Wawancara Pers)*

Adalah kegiatan wawancara yang dilakukan pihak pers untuk meminta keterangan, komentar, pendapat dan sebagainya tentang suatu masalah yang tengah aktual di masyarakat.

*g. Press Gathering*

Kegiatan pertemuan yang dilakukan antara pihak Humas dan wartawan media massa dalam suatu acara santai atau informal, untuk mempererat hubungan<sup>8</sup>.

**2. Bentuk kegiatan Humas dalam menjalin relasi dengan pihak pers yang masuk dalam kategori tulisan**

*a. Press Release (Siaran Pers)*

*Press release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh Humas suatu organisasi atau lembaga perusahaan yang disampaikan atau dikirimkan kepada pengelola pers/redaksi media massa.

*b. Electronics Communications*

Adalah memanfaatkan peluang perkembangan teknologi komunikasi bagi Humas dalam melakukan kegiatan *media relations*. Komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan *mobile phone, email, internet, media sosial, dst*<sup>9</sup>.

Berdasarkan bentuk-bentuk kegiatan relasi dengan media yang telah diutarakan pakar, maka dapat diklasifikasikan pada dua bentuk kegiatan besar yaitu secara formal dan informal dan dibedakan dalam dua kategori yaitu acara (*event*) dan kategori tulisan. Secara formal dan kategori *event* bentuk kegiatannya dapat berupa Liputan Pers (*Press Coverage*), Konferensi Pers (*Press Conference*), Wawancara Pers (*Press Interviews*), Jamuan Pers (*Press Resepsion/ Press Lunch*), Wisata Pers (*Press Tour*), *Press Briefing* (Diskusi Pers), *Press Call* (menyampaikan suatu informasi atau berita kepada pihak media dengan menggunakan telepon. Sedangkan bentuk kegiatan formal kategori tulisan yaitu Siaran Pers (*Press Release*), *Coffee morning* (kegiatan diskusi atau sharing informasi dengan awak media pers yang dilaksanakan pagi hari, dalam suasana yang penuh keakraban, diawali dengan minum kopi bersama-sama sambil menikmati hidangan). *Press Gathering* (pertemuan dalam suatu acara santai dengan pers untuk mempererat hubungan).

---

8 Ruslan Rosady, *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2006) hlm.187-194

9 Rini Darmastuti, *Media Relations-Konsep, Strategi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Off set 2012) hlm. 180-185)



Frank Jefkins menguraikan beberapa prinsip umum yang harus dilakukan Humas dalam menjalin relasi yang baik dengan media, antara lain: 1) Melayani media (*by serving the media*), 2) Membangun reputasi dan kepercayaan (*By establishing a reputations for reliability*), 3) Menyediakan salinan atau naskah informasi baik (*by supplying good copy*), 4) Bekerja sama dalam penyajian bahan informasi (*By cooperations in providing material*), 5) menyediakan fasilitas verifikasi yang memadai (*By providing verifivation facilities*), 6) Membangun hubungan personal yang kuat dan positif (*By building personal relationship with the media*)<sup>10</sup>.

### 3. Prinsip-prinsip pelaksanaan hubungan relasi antara Humas dengan media

Prinsip-prinsip pelaksanaan hubungan relasi antara Humas dengan media yang diutarakan Jefkins di atas, telah dilaksanakan oleh Humas UIN Ar-Raniry sebagai bagian dari tugasnya yang merupakan ujung tombak dalam kegiatan penyebaran informasi dan publikasi lembaga. Pelaksanaan kegiatan relasi tersebut telah diterapkan oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam berbagai bentuk kegiatan secara formal maupun informal dengan pelayanan yang baik terhadap media pers. Bentuk kegiatan formal antara lain;

#### a. Liputan Pers (*Press Coverage*)

Liputan pers yang digelar humas UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam kegiatan-kegiatan resmi di Lingkungan kampus, antara lain prosesi wisuda, hari jadi atau milad, prosesi ini dilakukan disela-sela kegiatan atau setelah kegiatan berlangsung.

#### b. Konferensi Pers (*Press Conference*),

Konferensi Pers yang dilakukan humas UIN Ar-Raniry terkait dengan kegiatan-kegiatan yang sifatnya resmi dan acara besar, seperti seminar internasional, kegiatan nasional seperti pecan olah raga dan seni kemahasiswaan tingkat nasional, atau digelar untuk meluruskan sengketa informasi terkait isu yang berkembang di masyarakat.

#### c. Keterangan Pers (*Press Statement*)

Keterangan Pers biasanya dilakukan oleh pimpinan atau pananggungjawab kegiatan yang dihubungi langsung oleh wartawan untuk dimintai keterangan dan informasi tentang sesuatu hal, proses ini dapat dilakukan secara menjumpai langsung atau melalui perangkat komunikasi lainnya, seperti telepon, email, Whatsapp atau media lainnya. Prosesnya tidak melalui surat resmi.

---

<sup>10</sup> Dasrun Hidayat. *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014) hlm. 69-70.

d. Wawancara Pers (*Press Interview*)

Wawancara Pers yang biasanya dilaksanakan humas UIN Ar-Raniry adalah untuk memberikan informasi tambahan kepada pihak media terkait dengan kegiatan yang diliput oleh media wartawan, hal tersebut juga dilaksanakan disela-sela dan setelah kegiatan berlangsung.

e. Siaran Pers (*Press Release*)

Siaran Pers merupakan informasi kegiatan atau kebijakan pimpinan UIN Ar-Raniry yang dibuat oleh tim humas dalam bentuk berita untuk dikirim kepada media massa untuk diterbitkan dan dipublikasi kepada masyarakat. Siaran pers yang dibuat oleh tim humas UIN Ar-Raniry telah berbentuk berita yang didalamnya telah memuat unsur jurnalistik, sehingga memudahkan tim redaksi media untuk memuat informasi tersebut.

1) Komunikasi Elektronik (*Electronics Communications*).

Mengikuti perkembangan zaman, humas UIN Ar-Raniry juga menjalin relasi dengan media pers dengan memanfaatkan media elektronik sebagai sarana komunikasi, hal ini biasanya dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas email, telepon, whatsapp, telegram, serta media sosial lainnya.

2) *Memorandum Of Understanding* (MoU)

Selain bentuk kegiatan yang dipelopori oleh bidang humas, beberapa kegiatan lain yang dilakukan UIN Ar-Raniry dengan pihak media, yaitu dalam bentuk kerja sama (MoU) yang melahirkan beberapa kegiatan seperti pelibatan pihak media dalam kegiatan penyuluhan jurnalistik di kampus UIN Ar-Raniry, wartawan senior diberikan kehormatan sebagai dosen tamu di UIN Ar-Raniry, kegiatan pemagangan mahasiswa di kantor media, mensupport dan memfasilitasi kegiatan yang dilaksanakan pihak media dalam bentuk berita berbayar atau advetorial serta menjadi narasumber atau partisipan dalam kegiatan yang dilaksanakan pihak media, serta media memberikan kesempatan bagi mahasiswa UIN Ar-Raniry melakukan magang pada lembaga tersebut.

Sedangkan bentuk kegiatan informal yang telah dilaksanakan humas UIN Ar-Raniry adalah:

a. Jamuan Pers (*Press Reception*)

Jamuan Pers yang dilakukan humas UIN Ar-Raniry biasanya digelar pada saat sebelum atau sesudah kegiatan berlangsung, hal ini dilakukan dalam rangka

memberikan pelayanan kepada awak media saat menghadiri kegiatan di UIN Ar-Raniry. Sifatnya tidak formal.

*b. Coffe Morning.*

Kegiatan dalam membangun relasi dengan pihak media pers yang dilakukan secara informal dalam bentuk *Coffe Morning*, hal tersebut biasanya dilakukan diawal periode kepemimpinan di UIN Ar-Raniry, dalam hal menyampaikan program yang akan dikembangkan di masa mendatang atau hasil yang telah dilakukan.

Dalam membangun relasi dengan media pers, berbagai kendala dan hambatan juga dirasakan Humas UIN Ar-Raniry dalam pelaksanaan tugasnya, antara lain belum terealisasinya penyebaran informasi yang bersumber dari satu pintu agar semua informasi yang dipublikasi kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan. Masih ada informasi yang dikirimkan ke media dilakukan secara personal atau pribadi oleh masing-masing fakultas dan unit kerja lain di UIN Ar-Raniry, tidak melalui Humas. Idealnya informasi yang diterima media berasal dari sumber resmi melalui email Humas UIN Ar-Raniry. agar informasi terkoordinir dengan baik, serta memudahkan klarifikasi apabila terjadi miss komunikasi.

#### **D. Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta wawancara yang telah dikemukakan peneliti sebelumnya, kegiatan relasi media atau aktivitas media relations diwujudkan oleh Humas UIN Ar-Raniry dalam beberapa bentuk kegiatan baik formal maupun informal. Bentuk-bentuk kegiatan formal seperti: Liputan Pers (Press Coverage), Konferensi Pers (Press Conference), Siaran Pers (Press Release), Keterangan Pers (Press Statement), Wawancara Pers (Press Interview), dan Komunikasi Elektronik (Electronics Communications). Sedangkan bentuk kegiatan informal adalah Press Reception (Jamuan Pers) dan Coffe Morning.

Selain bentuk kegiatan tersebut ada juga kegiatan lain yang dilakukan UIN Ar-Raniry dengan pihak media, yaitu dalam bentuk kerja sama Memorandum Of Understanding (MoU) yang melahirkan beberapa kegiatan seperti pelibatan pihak media dalam kegiatan penyuluhan jurnalistik di kampus UIN Ar-Raniry, wartawan senior diberikan kehormatan sebagai dosen tamu di UIN Ar-Raniry, dan kegiatan pemagangan mahasiswa di kantor media. Serta mensupport dan memfasilitasi kegiatan

yang dilaksanakan pihak media dalam bentuk berita berbayar atau advetorial serta menjadi narasumber atau partisipan dalam kegiatan yang dilaksanakan pihak media.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andi Mulyadi, *Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Sukabumi dalam Menjalin Relasi Dengan Media*, jurnal *Ilmiah Ummi*, Volume XI, No. 03 Desember 2017.
- Dasrun Hidayat. *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Nurudin, *Hubungan Media-Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Cet. 23, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Rini Darmastuti, *Media Relations-Konsep, Strategi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Off set, 2012.
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007.
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007.