

---

## **Proses Media Relation BASARNAS Provinsi Bengkulu Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Media Massa**

**Yanto<sup>1</sup>, Bayu Risdiyanto<sup>2</sup>**

**Program Studi Ilmu Komunikasi/Fakultas Ilmu-ilmu Sosial/Universitas Dehasen**  
**[yantogoyo@gmail.com](mailto:yantogoyo@gmail.com)**

### ***Abstract***

*Each institution must have good relations with the mass media because of the higher reach of information dissemination. For this reason, it is important for the Bengkulu National Search and Rescue Agency to carry out media relations considering that the Bengkulu National Search and Rescue Agency is a state institution that is directly related to the community and its information is very much needed. The purpose of this study was to find out the media relations process carried out by the Bengkulu National Search and Rescue Agency in establishing good relations with the mass media in Bengkulu. For data collection, the author uses qualitative methods with instruments, interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that the media relations process carried out by the Bengkulu National Search and Rescue Agency, is through an approach with all media, without discriminating between types of media. This was immediately proven by the creation of a WhatsApp group that accommodated all press workers, and was always open to any information needed by the media. The next approach is to place competent people to meet with journalists, and always coordinate with coffee morning activities.*

*keywords: media relations, mass media, good relations*

### **Abstrak**

Setiap intitusi harus memiliki hubungan baik dengan media massa karena jangkauan penyebaran informasinya yang lebih tinggi. Untuk itu, penting bagi Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan Bengkulu untuk melakukan media relations mengingat Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan Bengkulu adalah institusi Negara yang berkaitan langsung dengan masyarakat dan informasinya sangat dibutuhkan. Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui proses media relations yang dilakukan oleh Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan Bengkulu dalam menjalin hubungan baik dengan media massa yang ada di Bengkulu. Untuk pengambilan data penulis meggunakan metode kualitatif dengan instrument, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa proses media relations yang dilakukan oleh Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan Bengkulu, dilakukan melalui pendekatan dengan semua media, tanpa membeda-bedakan jenis media. Ini langsung dibuktikan dengan pembuatan group whatsapp yang mengakomodir seluruh pekerja pers, dan selalu terbuka dalam informasi apapun yang dibutuhkan oleh media dari Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan Bengkulu. Pendekatan selanjutnya adalah dengan menempatkan orang yang kompeten untuk bertemu dengan pihak wartawan, dan selalu melakukan kordinasi dengan kegiatan *coffee morning*.

kata kunci: *media relations*, media massa, hubungan baik

## PENDAHULUAN

Saat ini media merupakan acuan public untuk bergerak dan bertindak, publik seolah digiring oleh media untuk berperilaku sesuai dengan isu yang ada, sehingga media merupakan sarana belajar yang dianggap mengetahui berbagai peristiwa. dan Media juga sebagai cermin dari berbagai peristiwa yang ada di masyarakat bahkan dunia.

*“Media massa dapat membentuk masyarakat melalui realitas psikis dan realitas empiris sehingga terdapat daya kreatif person maupun kolektifitas. Dengan kapabilitas dan daya kreatif secara personal atau kolektif dapat melahirkan (invention) dan memperkembangkan (innovation) teknologi dalam masyarakat” (Iriantu, 2017:73).*

Melihat Peran media yang begitu penting dalam kedekatannya dengan masyarakat sebagai pembaca dan penerima informasi dari berita yang mereka muat pada media. Jadi Hubungan dengan media sangat penting dilakukan oleh Praktisi Humas. Penyampaian informasi yang akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.

Dengan demikian membangun hubungan yang baik dengan media massa merupakan hal yang wajib dilalui, dengan memperluas relasi dengan wartawan (informal) maupun dengan institusi (formal) media massa itu sendiri. Pada perkembangan dan arus informasi yang begitu cepat seperti saat ini sebuah perusahaan tidak boleh lengah, karena semakin banyak perusahaan atau organisasi itu di perbincangkan maka dia akan dekat dengan masyarakat, apalagi basarnas ini adalah sebuah lembaga negara yang menjamin dan selalu siap siaga dalam kesulitan, khususnya bencana yang melanda , baik itu seperti banjir, tanah longsor dan lain sebagainya.

Salah satu peran yang harus dilakukan oleh Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan (BASARNAS) Satker Daerah Bengkulu yakni operasi pencarian dan pertolongan di wilayah tanggung jawabnya berdaPencarian dan Pertolongan dan ketentuan yang berlaku guna optimalisasi penyelenggaraan tindak awal dan operasi pencarian dan pertolongan pelaksanaan siaga.

Oleh karena itu setidaknya mereka harus mempunyai nilai positif ditengah-tengah masyarakat lebih dari itu hubungan yang baik pun bisa dijadikan sebagai investasi yang berguna bagi kegiatan mendatang. Dengan demikian memang sebuah institusi harus menjalin hubungan baik dengan media agar informasi yang mereka punya tersalurkan dengan baik, mengingat basarnas adalah intitusi pemerintah yang sifatnya pelayanan kepada masyarakat.

Selama ini BASARNAS juga sudah sangat terbuka dengan masyarakat dengan membuat kontak saran atau pengaduan atas layanan yang diberikan oleh Kantor Pencarian dan Pertolongan Bengkulu dapat disampaikan melalui media formal yang tersedia yaitu Emergency Call (Bebas Pulsa) 115, selain dari itu juga selalu menggandeng media massa yang ada di Bengkulu.

Melihat dari permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana proses media relation yang dilakukan oleh BASARNAS Provinsi Bengkulu dalam menjaga hubungan baik dengan media massa. Untuk tidak terlalu melebar, Penulisan Ini Hanya menbatasi pada Proses Media Relation Yang Dilakukan Oleh Basarnas dalam Menjalinkan Hubungan Baik Dengan Media Massa Yang Ada Di Kota Bengkulu selama setahun terakhir.

### Media Relation

Media Relation biasa dikenal dengan istilah hubungan dengan media merupakan kegiatan menjalin hubungan/relasi dengan media massa, wartawan atau pers untuk menjalin kerjasama, dan hubungan baik oleh suatu organisasi, yang nantinya akan berpengaruh pada institusi itu sendiri buat menjaga kesan positif dari suatu organisasi yang dipimpin.

Menurut Saputra & Nasrullah (2011), Media relations merupakan relasi yang dibangun dan dikembangkan dengan media untuk menjangkau publik guna meningkatkan

pencitraan, kepercayaan, dan tercapainya tujuan-tujuan individu maupun organisasi/perusahaan. (Sumantri Raharjo, 2016. hal 6).

*“Media relations merupakan bagian dari PR eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi”.* Iriantara (2005: 32).

Yosal Iriantara mengartikan media relations merupakan bagian dari public relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi (Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah, 2014. hal,130)

Media relations merupakan kegiatan yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi (Darmastuti, 2012). dalam kata lain Media relations adalah kegiatan pemberian informasi kepada media atas nama perusahaan dengan tujuan mendapatkan penyebaran informasi dan publisitas yang luas.

Fungsi Media Relation

Ada beberapa peran penting yang dimiliki oleh media massa bagi perusahaan seperti yang disampaikan oleh: Johnson & Johnson. (Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah, 2014. hal,134):

- a. fungsi media relations dapat meningkatkan citra perusahaan
- b. Meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- c. Meningkatkan point of selling dari produk dan jasa.
- d. Membantu perusahaan keluar dari komunikasi krisis.
- e. Meningkatkan relasi dari beragam publik, seperti terhadap lembaga pemerintahan, perusahaan-perusahaan, organisasi kemasyarakatan, maupun individu.

Dari beberapa fungsi di atas yang menjelaskan dan menempatkan media relations sebagai bagian dari aktifitas public relations. Bahkan John memberikan perhatian khusus pada posisi media relations. Bahwa public relations memiliki tiga tanggung jawab fungsional Proses Media Relation

Proses merupakan serangkaian tahapan atau kegiatan yang bertujuan atau tujuannya kepada suatu hasil tertentu. Dimana tahapan atau kegiatan ini terkandung didalamnya sebuah input (masukan), proses (kegiatan) dan output (keluaran). sedangkan dalam Proses menurut KBBI adalah, runtunan perubahan (peristiwa) dalam perkembangan sesuatu;. Rangkaian tindakan, perbuatan, atau pengolahan yang menghasilkan produk.

Dalam melakukan hubungan dengan media massa ada beberapa proses media relations menurut (Iriantara:2011-47):

- a. *Perencanaan, pada dasarnya merupakan usaha untuk mewujudkan sesuatu agar terjadi atau tidak terjadi pada masa depan*
- b. *Implementasi, Pada dasarnya, implementasi rencana itu akan melibatkan sumber daya manusia, metode atau teknik yang digunakan dalam bekerja, dan bentuk pekerjaan yang harus dilakukan. Ringkasnya, berkaitan dengan siapa, bagaimana, dan apa. Berkenaan dengan sumber daya manusia, tentu ada sebuah tim kerja yang memiliki anggota dengan pembagian tugas yang jelas untuk masing-masing orang. Berkenaan dengan metode kerja, yaitu cara yang paling efektif untuk mencapai tujuan dengan serangkaian tugas dan pekerjaan yang perlu dilaksanakan, sedangkan bentuk kerja tiada lain adalah program/kegiatan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan tertentu.*

- c. *Evaluasi, merupakan salah satu tolak ukur untuk mengetahui tercapai atau tidaknya sebuah kegiatan. Menurut Lindelmann dalam buku M.Linggar Anggoro ada empat komponen penting yang harus diperhitungkan dalam mengevaluasi program public relations yaitu : a) Menetapkan sasaran dan tujuan komunikasi yang spesifik dan terukur walaupun tak ada yang bisa benar-benar mengukur efektifitas apapun, b) Mengukur keluaran (output) komunikasi, c) Mengukur hasil dan dampak komunikasi, d) Mengukur dampak institusional (Anggoro, 2005:68).*

Dengan demikian proses yang dimaksudkan dalam penulisan ini adalah segala upaya yang telah dilakukan oleh pihak intitusi untuk menjalin hubungan dengan media massa dimaksudkan untuk hubungan yang selama ini telah terjalin akan menjadi semakin dekat dan erat, sesuai dengan proses media relation yang mencakupi perencanaan, implementasi dan evaluasi.

#### Publik Relation

Public Relations sendiri adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antar organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Jadi, PR itu merupakan kedudukan dalam suatu perusahaan atau organisasi sebagai penghubung antar perusahaan atau organisasi dengan publiknya. (Scott M Cutlip, 2000, hal 6).

Tujuan utama Public Relations adalah menginformasikan berita atau peristiwa tentang perusahaan, mempertahankan citra, dan memberi pengaruh positif terhadap cara pandang publik. Public relations adalah strategi yang diterapkan tak hanya pada perusahaan atau organisasi, tapi bisa juga para merek, individu, atau suatu gerakan.

Menunjukkan pentingnya Public Relations dalam pemerintahan, diterbitkan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Terbitnya regulasi ini bertujuan agar pengelolaan informasi dan komunikasi yang berkelanjutan untuk mendapatkan pemahaman dan dukungan publik terhadap Program dan Kebijakan Pemerintah. Dalam format yang lebih luas, public relations berkontribusi pada: implementasi kebijakan publik, penyebaran informasi kegiatan ke publik, penguatan ikatan internal, kerjasama dengan media, serta menggalang dukungan ke kementerian. (kemenag.go.id.1 September 2021).

Dari pemahaman diatas maka sesuatu hal yang harus menjadi sebuah disiplin sendiri di pemerintahan tidak lain adalah Public Reletion dia merupakan corong informasi yang akan disampaikan kepada public, oleh karena itu, menjalin hubungan baik dengan media adalah menjadi sebuah keharusan karena media memiliki daya sebar informasi yang cukup luas.

#### Media Massa

seperti yang diketahui bahwa media massa merupakan salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia yang selalu memerlukan informasi bahkan hiburan. dan Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Merupakan salah satu elemen penting dalam proses komunikasi massa.

Media massa (mass media) terdiri dari dua kata yaitu “media” dan “massa”. Kata media dekat dengan pengertian “medium”, “moderta” yang berarti tengah, sedang, penengah atau penghubung. Atau secara sosial-politis, “media” merupakan tempat, wahana, forum, atau lebih tepat lembaga penengah. Sedang “massa” adalah sesuatu yang tidak pribadi, sesuatu yang tidak personal, melainkan sesuatu yang berhubungan dengan orang banyak. (Niryawan, 2007: 54-56).

Dalam hal media massa kita mengenal istilah media cetak (pers) dan media penyiaran. Pengertian media cetak merupakan meliputi seluruh barang cetakan termasuk buku, namun dalam perkembangannya pengertian media cetak mengerucut menjadi surat kabar/ majalah/ tabloid (Niryawan, 2007: 62). Sedang pengertian media penyiaran merupakan meliputi radio dan televise (Niryawan, 2007: 64).

Dengan demikian media massa merupakan sebuah lembaga yang berhubungan dengan orang banyak, netral bagi semua kalangan, seiring dengan perkembangan media massa dewasa ini, informasi tidak lagi dicari melainkan datang dengan sendirinya, yaitu ditemukannya internet. Kini masyarakat telah sedikit beralih menggunakan media massa online. Media mampu menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas khalayak

### Hubungan Public Relation Dan Media

Pada dasarnya hubungan yang baik dengan media massa dibangun dengan sikap saling jujur, dengan memberi pelayanan dan memberi sumber berita bahkan informasi yang dibutuhkan, tentu dalam suasana yang saling menghormati dan terus terang. (Ruslan, 2007:172)

Dalam mengelola media (media relations) diperlukan melalui dua Peran Media Relations pendekatan, yaitu (Iriantara, 2005:81-97):

- a. Pendekatan secara institusi dengan media massa, karena media massa itulah yang diperlukan dalam kegiatan PR
- b. Pendekatan secara individual dengan wartawan, karena wartawan merupakan personifikasi dari institusi media massa. Wartawan itulah yang memasok informasi yang akan disiarkan oleh media massa, meski keputusan penyiaran suatu informasi ada pada tangan redaktur.

Kontak informal adalah kontak tidak resmi dengan pihak pers. Melalui kontak ini akan lebih mengenal secara pribadi. Sehingga akan saling mengenal dan saling mendukung profesi satu sama lain sebagai mitra kerja (Ruslan, 2006:194).

, Untuk Insan Public Relations menjelaskan bahwa Pendekatan informal adalah pendekatan yang berkelanjutan dimana tidak hanya disaat butuh kehadiran wartawan mereka diundang, setelah itu mereka dilupakan. (Partao (2006) dalam buku yang berjudul Teknik Lobi dan Diplomasi), Humas harus terus menjalin hubungan dengan mitra kerja kita tersebut. Menjadikan wartawan sebagai mitra merupakan inti dari kedua pendapat diatas.

Bentuk pendekatan informal media relations:

- a. Keterangan Pers (Press Statement) merupakan kontak pribadi secara langsung yang dilakukan wartawan kepada Public Relations untuk menanyakan lebih lanjut seputar pemberitaan yang tengah berkembang. (Soemirat & Ardianto:2005-127).
- b. Wawancara Pers
- c. Pertemuan Press Gathering, salah satu upaya untuk melakukan pengenalan lebih dekat terhadap wartawan secara personal (Soemirat & Ardianto, 2005: 128).
- d. Resepsi pers (Press reception) berkumpulnya para jurnalis dalam kondisi santai dan menyenangkan,
- e. Kunjungan pers (facility pers) untuk memperjelas berita yang dibuat dengan mengunjungi perusahaan,
- f. Press Calls ialah penyampaian informasi berita melalui telepon,
- g. Media Briefing, kegiatan PR memberikan penjelasan singkat kepada jurnalis,
- h. Press Releases, berita yang disusun organisasi yang menggambarkan kegiatan. (Darmastuti, 2012:181-183).

Dengan demikian hubungan antara public relation dengan media massa merupakan suatu hal yang saling keterkaitan, dimana institusi/organisasi membutuhkan perluasan informasi, sedangkan media memerlukan informasi tersebut untuk dijadikan sebuah berita. oleh karena itu beberpa pendekatan yang bisa dilakukan diantaranya melkukan keterangan

pers, kunjungan pers dan memberikan informasi seakurat mungkin, karena hubungan yang dimaksudkan adalah hubungan yang berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan Jenis pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran orang secara individual ataupun kelompok. Bungin (2003:302) mengatakan, pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di masyarakat. Objek analisis penelitian ini adalah memaparkan proses media relation yang dilakukan oleh badan nasional pencarian dan pertolongan (BASARNAS) satker Bengkulu dalam menjalin hubungan baik dengan media massa.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam usaha pengumpulan data serta keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini adalah penulis menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode observasi ini penulis lakukan, pengamatan langsung mengenai kegiatan yang berkaitan langsung yang dilakukan oleh BASARNAS Bengkulu dengan pekerja jurnalistik, selama setahun terakhir. Sedangkan untuk wawancara, penulis mewawancarai, Mega Maysilva dan Aaq Junico mereka ini merupakan Rescuer terampil yang ditugaskan langsung di bagian Humas dan menangani dan mengurus kegiatan media.

Langkah yang diambil dalam teknik analisis data dalam penelitian ini ialah menggunakan analisis data kualitatif oleh model interaktif Miles & Huberman (1992:20). Dimana analisis, yang dilakukan ialah pengumpulan data terdiri atas tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Pada reduksi data yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan hingga berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

Sedangkan pada penyajian data yang diartikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, selain itu juga dengan melihat penyajian-penyajian penulis akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan-kesimpulan “final” mungkin tidak muncul sampai pengumpulan data terakhir, tergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, observasi, pengkodeannya, penyimpanan, dan kecakapan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai proses media relation yang dilakukan oleh basarnas dalam menjalin hubungan baik dengan media massa dapat dilihat dari perencanaan, implementasi dan evaluasi seperti yang diuraikan dibawah ini.

### **Proses Perencanaan.**

Perencanaan merupakan hal mendasar yang diperlukan dalam suatu kegiatan komunikasi sosial, utamanya untuk memperkenalkan atau memasarkan produk atau merupakan usaha untuk mewujudkan sesuatu agar terjadi atau tidak terjadi pada masa yang akan datang,

penyusunan perencanaan yang dilakukan oleh pihak BASARNAS dipusatkan pada bagian public relation, sebagai orang yang bertanggung jawab dalam hal penyebaran informasi dan kegiatan dengan media massa. dalam hal bentuk dan besarnya media massa pihak basarnas menjelaskan bahwa mereka tidak ada membedakan semua media, dan menganggap semua media sama. sesuai yang disampaikan oleh Mega:

*“Basarnas Bengkulu menganggap semua jenis media itu sama , karena menjalin hubungan baik dengan semua jenis media merupakan hal yang sangat penting bagi Basarnas Bengkulu, karena, dapat memudahkan Basarnas Bengkulu juga agar informasi bisa cepat di terima oleh masyarakat”. (Wawancara, Mega 02 Juni 2022).*

Dari pernyataan saudara mega diatas jelas bahwa perencana yang dimiliki oleh pihak basarnas dalam menjalin hubungan baik dengan media, adalah dengan tidak mengkalsifikasi media yang ada setiap media mereka menganggap penting dan perlu untuk dirangkul, mengingat basarnas merupakan salah satu intitusi yang bergerak dibidang peyanan dan pertolongan terhadap masyarakat, sehingga memerlukan penyebaran berita yang seluas-luasnya.

Selanjutnya pihak basarnas dalam hal mengkodinir takut terjadinya berita yang bersifat mendadak mereka juga sudah menyiapkan media berupa group Wa seperti yang disampaikan oleh phak humas:

*“Untuk bisa melakukan koordinasi , saling tukar pikiran dan memberikan informasi secara cepat melalui Grub Whatsapp yang di buat oleh Basarnas Bengkulu . Yang tergabung di galam grub tersebut mulai dari Media Massa di Provinsi Bengkulu” (wawancara, aak, 10 juni 2022)..*



*gambar 1, Screenshoot Group WA Basarnas*

Pembuatan group whasaap ini merupakan langkah awal yang dilakukan oleh BASARNAS untuk selalu dekat dengan media, apapun informasi yang ada di intitusi basarnas akan disampaikan di sini, termasuk undangan pada seluruh media massa, group ini juga diberi nama “SIPbOS” yang memiliki arti Sistem Publikasi Operasi Sar, yang bermaksud untuk ingin menyampaikan setiap informasi secepat mungkin.

Dari hasil wawancara dan data yang penulis paparkan diatas maka jelas bahwa basarnas dalam melakukan perencanaan untuk tetap menjalin hubungan baik dengan media, mereka terlebih dahulu melakukan pendekatan dengan semua media dengan tidak membedakan jenis media, itu langsung dibuktikan dengan pembuatan group whasaap yang mengakomodir seluruh pekerja pers, dan selalu terbuka dalam hal apapun yang ada di Basarnas.

### **Implementasi Menjaln Hubungan Baik Dengan Media Massa.**

Pada dasarnya, implementasi rencana itu akan melibatkan sumber daya manusia, metode atau teknik yang digunakan dalam bekerja, dan bentuk pekerjaan yang harus dilakukan. mengingat pentingnya sumber daya manusia dalam menjalin hubungan dengan

media massa, pihak basarnas telah menugaskan orang yang akan selalu bertemu dengan wartawan, seperti yang disampaikan oleh pihak basarnas.

*“Basarnas Bengkulu menempatkan satu orang yang ditugaskan untuk berhadapan dan menjalin hubungan baik dengan berbagai Media Massa di Bengkulu , namanya Mega Masysilva”.* (wawancara aaq 10 juni 2022).

Pihak basarnas juga menyampaikn bahwa saudara Mega ini telah banyak juga dibekali oleh pengetahuan mengenai jurnalistik, dan Sudah sering mengikuti diklat-diklat kehumasan yang di adakan oleh Basarnas Pusat. dengan pertimbangan ini beliau diberi tugas untuk berhadapan dengan media massa.

Selanjutnya koordinasi terus dilakukan tidak hanya melalui media whatsapp tetapi mereka juga sering melakukan pertemuan dengan seluruh wartawan yang ada di Bengkulu seperti yang disampaikan oleh pihak humas:

*“Kegiatan Runtin yang sering di buat oleh basarnas Bengkulu yaitu melakukan agenda Coffe Morning dengan Media Massa . Satu Tahun belakangan ini Basarnas Bengkulu telah melakukan 2x kegiatan Coffe Morning dengan Media Massa”* (wawancara mega, 15 juni 2022).



*gambar 2: kegiatan cofee morning*

Kegiatan *cofee morning* ini dilakukan di kantor basarnas Bengkulu, tentu tujuan kegiatan ini adalah untuk mempererat rasa kekeluargaan dan rasa kebersamaan, kegiatan seperti ini juga sangat dibutuhkan oleh seorang wartawan, bukan hanya sekedar ingin mempublikasikan informasi yang ada di basarnas, tapi bagaimana pihak basarnas juga memberi ruang untuk mereka santai dan berbincang bebas. Selain dari itu semua *Public Relations* harus selalu memberikan informasi kepada media secara rutin dan haruslah sering mengadakan pertemuan untuk sekedar sharing santai Hal ini menjadi penting dilakukan karena media akan selalu menginginkan informasi setiap hari setiap saat.

Dalam pendekatan dengan media massa pihak Basarnas Bengkulu lebih melakukan pendekatan informal yaitu pendekatan yang dilakukan dengan pihak wartawan itu sendiri:

*“kami Lebih langsung kepada wartawannya , karena mereka (para wartawan) yang langsung turun kelapangan dan memang memang lebih sering berhubungan langsung dengan para wartawannya”.*(wawancara mega, 10 juni, 2022).

Selanjutnya pihak basarnas Bengkulu selalu menyiapkan *Press Release*, untuk dibagikan pada media, ini dimaksudkan agar informasi yang diterima oleh mereka tidak simpang siur atau juga salah pengertian, ini menunjukkan komitmen kami pada pihak media dalam menjalin hubungan baik dengan mereka.

*“Basarnas Bengkulu selalu memberikan infromasi di setiap kegiatan yang di lakukan oleh Basarnas Bengkulu . Tidak hanya kegiatan Operasi Pencarian dan Pertolongan*

*saja yang di informasikan . Mulai dari kegiatan pelatihan Potensi SAR , kegiatan sosial, kegiatan Hut Basarnas , kegiatan Serah terima jabatan . Basarnas Bengkulu selalu mengikut sertakan media”(wawancara, mega, 10 juni, 2022).*

Dengan demikian jelas bahwa pihak Basarnas Bengkulu selalu bersikap terbuka terhadap wartawan dan media yang ada di Bengkulu karena Setiap informasi yang ada di berikan sesuai dengan kejadian dan tidak ada yang dirahasikan,namun dalam hal penulisan dan penampakan foto korban para media massa tentu mengacu pada peraturan tentang kode etik jurnalistik.

Melihat dari wawancara dan dokumentasi di atas maka dalam menjalin hubungan baik dengan media masa pihak basarnas melakukan bebearpa kegiatan mulai dari penempatan orang yang bertemu dengan pihak wartawan yakni orang yang sudah melakukan pelatiahn dan banyak pengetahuan mengenai jurnalistik, mereka juga selalu melakukan kordinasi salah satunya melakukan kofee morning, untuk mempererat hubungan ditambah lagi pihak basarnas tidak pernah menyembunyikan informasi apapun yang dibutuhkan oleh pihak media dalam hal ini wartawan.

### **Evaluasi, Dalam Menjaln Hubungan Baik**

Evaluasi dimaksudkan untuk mengetahui tercapai atau tidaknya sebuah kegiatan setelah penulis melakukan penelitian dan berbincang banyak dengan pihak basarnas hal yang paling mungkin dilakukan dalam melakukan evaluasi dalam menjalin hubungan baik dengan media adalah dengan melihat terbitan berita yang dimuat dalam sebuah media, selama ini pihak basarnas bengkulu mengatakan bahwa para media telah menerbitkan semua informasi atau *press release* yang diberikan.

*“Selama ini selalu diterbitkan, selain dari itu informasi juga kami sampaikan ke media yang dimiliki Basarnas Bengkulu seperti Instagram , Facebook dan Portal Basarnas Bengkulu”.*(Wawancara Mega, 10 juni 2022).

Dengan demikian bisa dipahami bahwa seorang *Public Relations* dalam melakukan evaluasi dari aktivitas media relations yang dilakukan. untuk membangun hubungan baik dengan media dan juga mempertahankan reputasi institusi. Proses evaluasi perlu dilakukan untuk melihat sejauh mana informasi itu tersebar, selain dari itu Basarnas Bengkulu juga memiliki media sosial berupa *Facebook* yang bernama “Basarnas\_Bengkulu” dan nama itu juga digunakan untuk *Instagram*.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan dari proses media relation yang ada di Basarnas Bengkulu dalam menjalin hubungan baik dengan media massa, dapat dilihat dari, perencanaan, mereka terlebih dahulu melakukan pendekatan dengan semua media dengan tidak membedakan jenis media, itu langsung dibuktikan dengan pembuatan group whatsapp yang mengakomodir seluruh pekerja pers, dan selalu terbuka dalam hal apapun yang ada di Basarnas, selanjutnya dalam hal implementasi bisa dilihat pihak basarnas melakukan beberapa kegiatan mulai dari penempatan orang yang bertemu dengan pihak wartawan yakni orang yang sudah melakukan pelatiahn dan banyak pengetahuan mengenai jurnalistik, mereka juga selalu melakukan kordinasi salah satunya melakukan kofee morning. terakhir evaluasi, dalam evaluasi pihak basarnas tidak terlalu signifikan menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan, hanya sekedar melihat seberapa serius pihak media memberitakan informasi yang disampaikan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Andjani, M. D. (2009). *Media Relations Sebagai Upaya Pembentuk Reputasi Organisasi*. Sultan Agung, XLV(119), 57–72.

- Anggoro, Linggar. (2005). *Teori dan profesi kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aprinta E. B., G. (2016). *Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta*. Jurnal The Messenger.
- Bungin, Burhan. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Darmastuti, Rini. (2012). *Media Relations – Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hari Niryawan. 2007. *Dasar-Dasar Hukum Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar  
<https://kemenag.go.id/read/pr-kita-adalah-public-relations-m8x83>
- Iriantara, Yosali. (2011). *Media Relations Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsepsi, dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Scott M Cutlip, *Effective Public Relations*, (New Jersey: Prentice Hall International. 2000)
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. (2005). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta
- Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah, *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*, (Depok: Gramata Publishing, 2014)
- Jurnal Dan Internet:*
- Iriantu, Een. (2017). Dampak Ketergantungan Media Sosial pada Kalangan Dystopian dan Utopian dalam Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi
- :urnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol. 3 No. 2 (2018) 20-39 25, dalam Mempublikasikan Program Kedinasan melalui Pendekatan Informal Tabligh jurnal, Peran Media Relations dalam Mempublikasikan Program Kedinasan melalui Pendekatan Informal, Putri Vidiarti, Atjep Muhlis, Abdul Rasib2, UIN Bandung.  
<https://media.neliti.com/media/publications/224254-media-relations-di-media-massa.pdf>  
 (sumantri raharjo, 2016, yogyakarta)  
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v6i1.161>