

**PERSEPSI WARTAWAN DAN HUMAS PEMERINTAH PROVINSI BANTEN
TERHADAP HUBUNGAN KEDUANYA**

Puspita Asri Praceka

Program studi ilmu komunikasi Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik

Universitas sultan ageng tirtayasa

Asri.praceka@untirta.ac.id

Uliviana Restu Handaningtias

Program studi ilmu komunikasi Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik

Universitas sultan ageng tirtayasa

Uliviana.restu@untirta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh konflik yang muncul dari hubungan kerja wartawan dan humas pemerintahan. Hubungan antara jurnalis dan humas pemerintah ini idealnya berlangsung secara simbiosis mutualisme, di satu sisi jurnalis membutuhkan berita sementara di sisi lain humas membutuhkan jurnalis dan medianya agar informasi tentang isu instansi atau perusahaan yang mereka wakili dapat tersebar dengan luas, namun pada kenyataannya, hubungan ini seringkali tidak dapat berjalan dengan mulus, pers berfungsi memberikan informasi, penyebaran pengetahuan, unsur mendidik dan menghibur bagi pembacanya. Hal tersebut memiliki pertentangan dengan fungsi PR yang justru berkaitan dengan publikasi bersifat positif, dengan penyebaran informasi atau pesan untuk meningkatkan pengenalan (*awareness*), mendidik, menciptakan citra dan opini masyarakat kepada sesuatu yang positif serta menghindarkan unsur-unsur pemberitaan atau publikasi yang bersifat negatif, sensasional, polemik atau kontroversial di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui persepsi wartawan di Banten terhadap humas pemerintah Provinsi Banten, (2) Mengetahui persepsi Humas Pemerintah Provinsi Banten terhadap wartawan di Banten dan (3) Mengetahui pola hubungan antara Humas Pemerintah Provinsi Banten dan wartawan di Banten. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan cara pengumpulan data melalui wawancara, observasi, FGD dan studi pustaka. Penelitian ini dibatasi hanya dilakukan pada Humas Pemerintah Provinsi Banten dan wartawan yang lingkup kerjanya di Pemerintahan Provinsi Banten.

Keywords: Wartawan, Humas Pemerintah, Persepsi.

**PERCEPTION OF JOURNAL AND GOVERNMENT PROVINCES BANTEN AGAINST
RELATIONSHIP BETWEEN**

ABSTRACT

This research based on the conflict that occurs between PR government and journalist in their field of work, and their line of function. PR government and journalist that supposed to be work in symbiosis of mutualism, by providing the information about government activity, but also had a slight differences that may caused a significant result, that is; Pr government need a publicity that could be a positive image of the government, meanwhile journalist trying to obtain an information that is neutral and right according to journalist code of ethics, which are; to educate and entertain their audience. Therefore, this research puposed to: 1. Knowing how the PR government perception on journalist, 2. Khowing how journalist perception on PR government, 3. Knowing the pattern of their relationship. This research is using qualitative methods trough observation, interview, FGD, and document study. This research held only PR government of Banten Province and Journalist thar work around Banten Province.

Keywords: *Journalist, Public Relation Government, Perception*

PENDAHULUAN

Hubungan antara jurnalis dan humas selayaknya terjalin baik karena kedua belah pihak saling membutuhkan dalam menjalankan pekerjaan mereka. Hubungan antara jurnalis dan humas pemerintah ini idealnya berlangsung secara simbiosis mutualisme, di satu sisi jurnalis membutuhkan berita sementara di sisi lain humas membutuhkan jurnalis dan mediana agar informasi tentang isu instansi atau perusahaan yang mereka wakili dapat tersebar dengan luas. Namun pada kenyataannya, hubungan ini seringkali tidak dapat berjalan dengan mulus. Dewan Pers pada 2001 mencatat ada dua kasus mencolok terkait dengan hubungan antara humas dan wartawan ini. Sengketa antara humas dan wartawan juga terjadi di Bengkulu. Kompas.com melansir pada 27 November 2014 lalu bahwa dua media milik jaringan Jawa Pos National Networking (JPNN), Harian Rakyat Bengkulu dan televisi Rakyat Bengkulu dilaporkan Pemerintah Provinsi Bengkulu ke Dewan Pers karena diduga kerap membuat pemberitaan yang sering menyudutkan pemerintahan setempat.

Kompas.com mengutip pernyataan Kepala Biro Hukum Pemprov Bengkulu Ikhwan didampingi Kepala Dinas Hubinfokom Misran Musa yang

melaporkan media tersebut karena dianggap sudah tak berimbang dalam pemberitaan, tak menegakkan kode etik jurnalistik dan tak patuh undang-undang mengenai pers. Sementara itu, Rachmat Kriyantono, Phd, Guru Besar Komunikasi Universitas Brawijaya mencatat beberapa sengketa yang terjadi antara humas dan wartawan. Dalam beberapa kasus, seringkali pihak Humas lembaga publik memilih untuk menempuh jalur hukum (mensomasi) dengan tuntutan atas pencemaran nama baik. Rachmat mencatat satu kasus yang mencuat pada 2003 lalu.

Kasus ini bermula saat stasiun televisi SCTV memberitakan peristiwa terbunuhnya seorang siswa (praja) Sekolah Tinggi Pemerintahan Dalam Negeri (STPDN). Peristiwa ini bermula dari acara orientasi siswa baru yang biasa dilakukan senior kepada juniornya. Namun dinilai kebablasan sehingga membuat si junior meninggal dunia (dipukuli, dikeroyok). Atas ditayangkannya peristiwa itu, Humas STPDN keberatan dan melayangkan somasi kepada SCTV.

Rachmat menilai bahwa hal yang dilakukan oleh STPDN adalah contoh manajemen krisis yang tidak tepat dan malah akan menjadi bumerang bagi instansi tersebut. Karena dengan mengajukan somasi berarti Humas dapat dianggap: a) Berkelit, tidak jujur dan tidak

terbuka mengakui fakta sebenarnya. Ini bisa dikarenakan Humas lebih berdiri di pihak pimpinan lembaga; b) Berkonfrontasi langsung vis a vis dengan media. Ini fatal, karena SCTV tentu tidak sendirian. Ia akan didukung oleh jurnalis lainnya. Humas dianggap tidak menghormati tugas profesi jurnalis dan melanggar kebebasan pers; c) Mengalihkan persoalan. Seharusnya Humas menyelesaikan persoalan pokok yaitu adanya siswa yang terbunuh. Konfrontasi dengan media berarti mencari masalah baru.¹

Contoh-contoh tersebut hanya segelintir dari kasus sengketa antara humas dan wartawan di Indonesia. Padahal, pada dasarnya humas dan wartawan memiliki pekerjaan yang relatif mirip, yaitu mengelola informasi. Namun dalam prakteknya, ada beberapa perbedaan mendasar antara kedua jenis pekerjaan ini. Ruslan (2007) mengatakan bahwa secara umum pers berfungsi memberikan informasi, penyebaran pengetahuan, unsur mendidik dan menghibur bagi pembacanya. Selain itu fungsi khusus pers adalah kemampuan untuk mempengaruhi opini masyarakat, melaksanakan sistem pengawasan sosial. Hal tersebut

memiliki pertentangan dengan fungsi PR yang justru berkaitan dengan publikasi bersifat positif, dengan penyebaran informasi atau pesan untuk meningkatkan pengenalan (*awareness*), mendidik, menciptakan citra dan opini masyarakat kepada sesuatu yang positif serta menghindarkan unsur-unsur pemberitaan atau publikasi yang bersifat negatif, sensasional, polemik atau kontroversial di masyarakat. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Badri (TAHUN: HALAMAN) menyimpulkan bahwa, Konflik perbedaan profesi dapat terjadi karena masing-masing profesi memiliki budaya berbeda. Perbedaan ruang lingkup dan tujuan pekerjaan juga merupakan faktor yang tidak bisa diabaikan

Sementara di Provinsi Banten menurut pra riset yang dilakukan penulis pada Mei 2016 lalu salahsatu humas di instansi milik pemerintah mengeluhkan kebiasaan wartawan yang bergerombol dan meminta sejumlah dana yang mereka istilahkan "*uang peliputan*". Dalam kasus lain ia mengeluhkan wartawan yang tidak mau hadir ke acara yang mereka buat, atau jika pun datang berita yang dimuat tidak sesuai dengan yang ia harapkan². Di sisi lain ada wartawan yang mengeluhkan

¹

<http://rachmatkriyantono.lecture.ub.ac.id/tag/pers/>

² Pra Riset Mei 2016

humas yang tidak kooperatif dalam memberikan informasi pemberitaan. Hasil pra riset ini menjadi dasar penulis untuk mengetahui bagaimana persepsi humas dan wartawan mengenai pekerjaan mereka masing-masing?.

Penelitian ini dibatasi hanya dilakukan pada Humas Pemerintah Provinsi Banten dan wartawan yang lingkup kerjanya di Pemerintahan Provinsi Banten. Hal ini dilakukan karena Provinsi Banten adalah salahsatu daerah yang akan mengadakan pemilihan kepala daerah (gubernur) pada 2017 mendatang. Peneliti tertarik untuk melihat bagaimana interaksi yang kedua belah pihak lakukan dalam menghadapi isu pilkada tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Profesi Wartawan

Wartawan dapat dikategorikan sebagai profesi. Bangunan kriteria tentang sebuah profesi dikemukakan oleh Lambeth dalam McQuail (1986 dikutip Masduki, 2004:36) Pertama, profesi ini pekerjaan yang bersifat *fulltime* (kerja penuh waktu). Kedua, para praktisinya memiliki komitmen untuk mencapai hasil-hasil dari profesi itu. Wartawan tidak hanya menempatkan aktivitas jurnalisme sebagai kerja fisik, komitmen untuk perubahan sosial justru lebih memicu banyak orang terjun ke dunia jurnalis. Ketiga, memasuki

dan mengikuti suatu profesi dibentuk oleh organisasi yang berstandar profesi. Umumnya organisasi wartawan memiliki standar profesional. Keempat, profesi itu diikuti oleh suatu pendidikan formal, memilki bentuk keilmuan spesialis. Media memiliki standar keterampilan professional dan perguruan tinggi yang khusus membuka program studi jurnalistik makin bertaburan. Kelima, ia memberikan pelayanan kepada masyarakat. Pada level terendah dalam fungsi penyajian informasi, jurnalis merupakan profesi pelayanan sosial kepada masyarakat.

Sobur (2001) memaparkan; apapun yang menjadi kriteria sebuah profesi, umumnya para wartawan melihat dunia kewartawan sebagai sebuah profesi. Seorang wartawan adalah seorang profesional. Itulah sebabnya, orang yang merasa terpanggil untuk menjalankan profesi ini umumnya mempunyai kebanggaan profesi yang mereka pertahankan dengan cara apapun dan melindungi citranya dari berbagai gangguan dan ancaman yang akan merusaknya.

Definisi filosofis yang menempatkan wartawan sebagai profesi yang terhormat sebagai “juru bicara” (*spoke person*) masyarakat. Sikap professional wartawan terdiri dari dua unsur yaitu hati nurani dan keterampilan

(Masduki, 2004). Apabila ada seorang wartawan ingin menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang wartawan profesional, ia akan selalu meningkatkan keterampilan teknis wartawannya dalam mematuhi pasal-pasal yang ada dalam KEJ PWI (Abrar, 1995:91).

Adinegoro menambahkan syarat menjadi wartawan yang baik. Wartawan yang baik memiliki sejumlah sifat. **Pertama**, minat yang mendalam terhadap masyarakat dan apa saja yang terjadi. **Kedua**, sikap ramah terhadap segala jenis manusia, pandai membawa diri. **Ketiga**, dapat dipercaya dan menimbulkan kepercayaan orang yang dihadapinya. **Keempat**, sanggup berbicara dan menulis dalam bahasa Indonesia/Inggris/lokal. **Kelima**, memiliki daya peneliti yang kuat, setia pada prinsip kebenaran. **Keenam**, memiliki rasa tanggungjawab dan ketelitian. **Ketujuh**, kerelaan mengerjakan lebih dari apa yang sudah ditugaskan. **Kedelapan**, sanggup bekerja cepat dan dalam *deadline*. **Kesembilan**, selalu bersikap objektif dan terbuka. **Kesepuluh**, suka membaca dan memperkaya bahasa komunikasinya (Adinegoro dalam Masduki, 2004:37-38)

Dari pemaparan diatas muncul sebuah konsep peran wartawan yang diharapkan oleh stakeholdernya, yaitu masyarakat, organisasi dan lingkungan.

Wartawan yang dapat menjalankan profesinya dengan baik jika mampu independen, memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani. Menyajikan berita yang akurat, menghormati hak narasumber tidak menjiplak, tidak menerima suap, berimbang, tidak membuat berita bohong, tidak menyalahgunakan profesi, memiliki tanggungjawab pada masyarakat serta fokus pada tugasnya yaitu pencarian berita.

1. Pengertian Public Relation/ Humas

Scot M. Cutlip, Alen H. Center dan Glen M. Broom (2000:8) dalam bukunya *Effective Public Relations* memberikan definisi untuk Public Relations, yakni "*Public relation is the management function which evaluate public attitudes, public interest, plans and axecutes a program of action to earn public understanding an acceptances*". Menurut Cutlip, public relation ini adalah fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya.

Sedangkan menurut Frank Jeffkins dalam Baines, et.al (2004:7) definisi Public Relations adalah sebagai berikut :*art and social science of analyzing trends, predicting their consequences, counseling organization leaders, and implementing*

planned programmes of action that will serve both the organization's and the public interest.

Tujuan Public Relation/ Humas

Public Relations adalah kegiatan yang dilakukan secara sengaja dan *continue*. Keegiatannya bukan hanya sekedar menyebarkan informasi semata-mata, melainkan melakukan semua kegiatan komunikasi guna mendorong pengaruh untuk menanamkan citra tertentu pada objeknya.

Menurut Onong Uchjana Efendy dalam Rosady Ruslan (2007) tujuan Public Relations adalah sebagai berikut: 1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, 2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan public eksternal. 3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi. 4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum. 5. Operasional dan organisasi Public Relations adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

2. Hubungan PR dan Wartawan

Black (1995) dalam Baines (2007:127-128) menyatakan bahwa, PR dan wartawan memiliki hubungan yang saling timbal balik baik sebagai sumber informasi maupun sebagai partner dalam mengkordinasikan editorial, termasuk didalamnya adalah untuk meriset dan memperbarui semua jenis informasi dan referensi yang dapat digunakan untuk aktifitas PR maupun berita di media massa.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Creswell dalam *Qualitative Inquiry and Research Design* menjelaskan bahwa fokus studi kasus adalah spesifikasi kasus dalam sebuah kejadian, baik itu mencakup individu, suatu kelompok budaya atau suatu potret kehidupan (1998:36). Creswell lebih lanjut menjelaskan karakteristik studi kasus yaitu: (1) Mengidentifikasi kasus untuk sebuah studi, (2) kasus tersebut merupakan sebuah sistem yang terikat oleh waktu dan tempat, (3) studi kasus menggunakan berbagai sumber informasi dalam pengumpulan datanya untuk memberikan gambaran

secara rinci mendalam tentang respon dari suatu peristiwa, (4) menggunakan pendekatan studi kasus, peneliti akan menghabiskan waktu dalam menggambarkan konteks atau setting untuk suatu kasus (Creswell, 1998:36-37)

Metode Pemilihan Sumber Informasi

Creswell menyatakan bahwa ada tujuh tahap dalam mengumpulkan data. Tujuh tahapan ini digambarkan dalam sebuah lingkaran yang diberi nama The Data Circulation Circle (lingkaran pengumpulan data). Tahapan pertama dimulai dengan menentukan lokasi atau individu yang akan dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah humas pemerintah dan wartawan yang bertugas di pemerintahan Provinsi Banten. Tahap kedua setelah menentukan objek adalah cara peneliti mengakses informasi dari informan dan membangun kedekatan. Tahap selanjutnya adalah menentukan berapa jumlah sampel yang dibutuhkan. Jumlah ini tergantung pada masalah yang diangkat oleh peneliti. Pemilihan ini didasarkan pada metode bola salju, dimana ditentukan informan awal kemudian meminta informasi dari informan yang telah diwawancarai.

Prosedur Pengumpulan Data

Peneliti harus menentukan bagaimana prosedur pengumpulan data. Creswell menjelaskan ada berbagai cara untuk mengumpulkan data, yaitu observasi, wawancara, studi dokumentasi serta materi audiovisual. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur, pedoman wawancara dipakai, namun pada pelaksanaannya banyak dilakukan *probing* (melakukan pertanyaan dari jawaban informan). Wawancara dilakukan kepada wartawan dan humas pemerintah Provinsi Banten. Observasi dilakukan oleh peneliti dengan melihat jalannya interaksi saat wartawan dan humas bekerja, serta FGD dengan masing-masing kelompok kerja. Dokumentasi hasil wawancara dilakukan melalui alat perekam dan kamera.

Teknik Analisis Data

Analisis data dimaksudkan untuk mengorganisasi data sehingga dapat menjawab dan menemukan pokok-pokok hasil penelitian. Moleong (2000:190) merumuskan terdapat tiga langkah proses analisis data yaitu (1) mengadakan reduksi data, (2) melaksanakan katagorisasi data, dan (3) melakukan penafsiran data.

1. Melaksanakan Reduksi Data. Seluruh data yang didapat dari berbagai sumber, baik wawancara, observasi, maupun studi dokumentasi ditelaah

kemudian dibuatkan abstraksinya. Dengan reduksi data ini, dapat dipilih mana saja data yang relevan dengan penelitian tentang persepsi wartawan dan humas pemerintah provinsi Banten ini dan mana saja yang tidak.

2. Melaksanakan Kategorisasi Data. Berdasarkan satuan data yang diperoleh melalui hasil reduksi data, tahapan selanjutnya menyusun data dan memilahkannya ke dalam kategori-kategori tertentu berdasarkan karakteristik data yang diperoleh.

3. Penafsiran Data. Berdasarkan kategorisasi yang telah disusun di atas, langkah selanjutnya adalah menafsirkan data dan mengolahnya menjadi hasil penelitian sementara. Hasil penelitian sementara ini dimatangkan penulis melalui kegiatan penyusunan analisis hasil penelitian sebagai dasar untuk menarik kesimpulan dan merekomendasi hasil penelitian.

4. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk mendapatkan keabsahan hasil penelitian, dilakukan pemeriksaan data. Ada 4 kriteria untuk mendapatkan keabsahan data yang dikemukakan Moleong (2000 : 173) yaitu (1) derajat kepercayaan (kredibilitas), (2) keteralihan (transferabilitas), (3) kebergantungan (dependabilitas), dan (4) kepastian (konfirmasiabilitas).

PEMBAHASAN

Persepsi Wartawan terhadap Humas Provinsi Banten

Wartawan merupakan rekan bagi pemerintahan daerah dalam mempublikasikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan pemerintah, program pemerintah, dan informasi lainnya yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan demikian, wartawan merupakan menjadi rekan kerja bagi humas provinsi Banten dan terlibat dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah provinsi. Dalam kegiatan tersebut, wartawan tentunya melihat bagaimana sikap dan perilaku humas provinsi dalam menjalin relasi dan komunikasi dengan wartawan. Secara umum, wartawan melihat bahwa humas provinsi Banten belum memiliki penghargaan yang wajar terhadap profesi wartawan. Beberapa event yang melibatkan kehadiran wartawan berlangsung tanpa pelayanan terhadap wartawan, sehingga menyulitkan wartawan dalam menjalankan tugasnya mengumpulkan fakta dan informasi lapangan yang perlu diketahui oleh masyarakat.

Opini ini terbentuk karena kurangnya koordinasi antara wartawan dengan panitia acara ataupun dengan

humas provinsi. Sebuah kejadian yang memberikan ciri bahwa humas belum bekerja optimal dalam menyelenggarakan sebuah acara. Susunan acara dan kepanitiaan lebih terkesan dadakan dan apa adanya, tinimbang sebuah kepanitiaan yang bekerja sesuai dengan prosedur dan tatanan baku untuk menghasilkan acara yang sukses.

Hubungan antara wartawan dengan humas provinsi Banten berlandaskan kepentingan untuk saling menguntungkan. Humas diuntungkan dengan adanya pemberitaan, dan wartawan diuntungkan dengan adanya bahan berita untuk masyarakat. Akan tetapi, informasi yang kerap diterima oleh wartawan hanya berkaitan dengan kenaikan jabatan atau rotasi jabatan dan ucapan selamat kepada pejabat yang terpilih. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan kriteria berita yang aktual dan bermanfaat. Narasumber menyatakan bahwa, pihak wartawan telah seringkali mengingatkan pemerintah provinsi untuk mengurangi ucapan selamat di media cetak atau radio, “...kami pun selaku wartawan mengingatkan kepada semua SKPD untuk tidak lagi menayangkan iklan ucapan”. Bagi wartawan dengan kebanggaan tinggi sebagai suara Rakyat, membutuhkan

informasi yang berkaitan dengan program pembangunan dan hasil pembangunan yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan opini narasumber, “...Kita kini sedang mengedepankan adalah sosialisasi program pembangunan, apa kinerja pemerintah Provinsi Banten...”.

Kondisi ini sulit untuk berubah, humas masih dalam posisinya sebagai alat pencitraan bagi pemerintah, dan bukan sebagai alat penyampai informasi dan fakta bagi masyarakat. Hal ini diakui oleh narasumber; “...saya sampaikan ke mereka tidak harus bergantung dengan iklan, tidak harus selalu beriklan, tidak harus selalu berbayar, karena kita punya peranan sama, itu yang kami bentuk, ayo kita sama – sama, sampaikan benar jika itu benar, sampaikan salah jika memang itu salah, hindari rekayasa, apalagi soal hoax”. Kalimat menarik diungkapkan oleh narasumber bahwa umumnya berita yang mengarah pada pencitraan merupakan iklan yang berbayar, dan rekayasa yang diciptakan oleh humas agar masyarakat terbujuk. Hal ini secara serius diungkapkan oleh narasumber sebagai salah satu peran yang seharusnya berubah. Humas diharapkan lebih berimbang dalam menyampaikan informasi hasil

pembangunan kepada masyarakat sehingga hasilnya tidak selalu tentang pencitraan.

Iklan sebagai salah satu pemasukan laba media cetak dan radio, merupakan godaan yang sulit dihindari oleh wartawan. Walaupun demikian, narasumber menegaskan kembali bahwa peran wartawan dengan marketing berbeda, dan bahwa iklan merupakan tugas marketing dan bukan tugas wartawan, hal ini diungkapkan oleh narasumber;

“...tolong pisahkan antara peran jurnalis dan marketing, lalu kompetensi wartawan, kami gak mau ambil ranah itu, memang kadang kami digoda – goda ikut campur hal itu”.

Ungkapan ini memperlihatkan rasa kecewa wartawan terhadap humas provinsi yang lebih mengutamakan pencitraan daripada informasi yang dibutuhkan masyarakat sehingga informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan fakta berita.

Narasumber juga menyatakan kekhawatirannya yang berkaitan dengan ketidaknyamanan saat meliput bersama dengan wartawan nasional. Narasumber menyatakan bahwa wartawan di Banten seolah-olah diperlakukan berbeda dengan wartawan media nasional. Humas provinsi Banten dianggap

memberi peluang yang lebih besar dan lebih eksklusif bagi wartawan media nasional tinimbang wartawan media lokal. Hal ini tentunya memberikan interpretasi yang berbeda antara wartawan dengan humas. Perlakuan yang berbeda menghasilkan sikap dan loyalitas yang juga berbeda. Hal ini terjadi dalam hubungan antara wartawan dengan humas provinsi Banten. Sikap humas provinsi yang membedakan pelayanan dan penyebaran informasi, kerap diterima oleh wartawan menghasilkan sikap wartawan yang juga berbeda dan tentunya loyalitas yang juga berbeda.

Saat ini, kondisi humas provinsi Banten sedikit berbeda apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Humas provinsi Banten melebur bersama SKPD lain yaitu Kominfo. Kondisi ini semakin tidak ideal menurut wartawan. Pembagian tugas dan wewenang yang sebelumnya berada dalam satu pintu yang sama saat ini terbagi kedalam beberapa pintu. Tentunya hal ini memperlambat proses pencarian fakta dan informasi yang dibutuhkan oleh wartawan. Termasuk upaya wartawan untuk memperoleh pelayanan.

1. Persepsi Humas Provinsi Banten terhadap Wartawan Banten

Wartawan merupakan pekerjaan profesional yang menuntut tidak hanya sikap profesional tetapi juga moral yang tinggi. Kebanggaan tertinggi wartawan adalah perannya sebagai suara rakyat dalam menyampaikan kebenaran dan fakta yang terjadi secara netral, adil, dan objektif. Bagi humas provinsi Banten, wartawan merupakan bidang pekerjaan yang berelasi dengan humas dalam kegiatan-kegiatan seremonial dan membutuhkan publikasi kepada masyarakat.

Tahun 2017, Humas Provinsi Banten dileburkan dengan Kominfo, sebuah langkah efisiensi yang dilakukan oleh pemerintah daerah, dengan merampingkan beberapa SKPD dan meleburkannya dengan SKPD lain. Humas termasuk SKPD yang dileburkan, dan tidak lagi berbentuk SKPD mandiri. Hal ini justru melemahkan peranan Humas sebagai kegiatan manajerial yang membina relasi antara pemerintah daerah dengan masyarakat, organisasi, maupun institusi lainnya, termasuk membangun relasi dengan wartawan.

Humas Provinsi Banten dalam menjalankan tugasnya melakukan interaksi dan komunikasi secara intens dengan wartawan di Banten. Dengan seringnya komunikasi dilakukan, humas melihat beberapa wartawan memiliki sikap

profesional yang sesuai dengan tugas dan fungsinya. Akan tetapi, beberapa diantaranya memiliki sikap yang kurang sesuai dengan profesionalitas yang harus dimiliki oleh wartawan. Sikap kurang profesional tersebut diungkapkan oleh humas provinsi Banten -Ibu Ika- dalam wawancaranya dengan peneliti. Kondisi ini berlangsung dalam setiap pertemuan antara humas dengan wartawan tersebut baik dalam situasi formal maupun informal.

Perilaku yang buruk umumnya akan mudah diingat dan sulit untuk dilupakan. Wartawan yang profesional terpaksa menanggung akibat yang sama dari perilaku rekan sejawatnya tersebut. narasumber menyatakan, karena didasarkan oleh pengalaman sebelumnya yang memperlihatkan ketidakprofesionalan seorang wartawan, narasumber menilai semua wartawan memiliki perilaku yang sama. Tentunya opini ini akan merugikan wartawan lain yang menjaga perilaku profesionalnya.

Perilaku tidak profesional yang ditunjukkan oleh wartawan memberikan beragam opini yang merugikan bagi relasi keduanya, seperti yang diungkapkan oleh narasumber; “...*media nasional kadang anggep kita itu uangnya banyak tapi engga ngerti apa – apa gitu kan...*” . Perilaku tersebut ditunjukkan saat wartawan datang kepada pemerintah

daerah terutama humas untuk menawarkan program marketing media tersebut, tentunya dengan biaya yang tidak sedikit. Humas menilai hal ini tentu menyulitkan apabila anggaran humas tidak sesuai dengan nilai program tersebut. Media nasional umumnya membujuk humas untuk menyetujui anggaran marketing yang ditawarkan, narasumber mengungkapkan;

“...mereka datang dengan cashing dan kemasan yang aduhai, marketing yang luar biasa, profesional, dengan wangi dan macem – macemnya, untuk merayu kami mengeluarkan anggaran promosi publikasi ke mereka media nasional dengan kemasan marketing yang luar biasa loh ya”.

Anggaran yang dimaksud tentunya bukan nilai uang yang sedikit; *“...mereka menawarkan 100 juta sampai akhirnya bisa 25 juta”.* Dalam konteks ini, humas menilai perilaku kerja wartawan menyerupai perilaku kerja marketing, sehingga mengabaikan tugas utama wartawan dalam menyampaikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

Persepsi lain yang kemudian timbul dari perilaku marketing tersebut adalah pendapat *“UUD”* (ujung-ujungnya duit) bahwa wartawan hanya mau bergerak apabila diberikan pesangon/ uang jalan dari humas, apabila tidak ada uang jalan tersebut, jangankan berita, datang ke acara

saja tidak, demikian diungkapkan oleh narasumber. Uang yang dimaksud hanyalah salah satu aspek yang kemudian dikeluhkan oleh humas. Berita yang akhirnya diterbitkan oleh surat kabar, seringkali tidak sesuai dengan harapan Humas. Aspek ini menjadi krusial ketika berita tersebut merupakan berita yang *“dibayar”* oleh Humas tetapi kemudian mengabaikan fungsi 5w+h yang seharusnya menjadikan berita tersebut bernilai dan jelas informasinya bagi masyarakat, hal yang terjadi justru sebaliknya.

Berkaitan dengan kualitas berita yang diterbitkan, humas provinsi banten menyatakan bahwa wartawan seharusnya memiliki kompetensi menulis yang baik, *“wartawan ideal itu jelas punya kompetensi itu ya, diakui ranahnya...”* humas berpendapat bahwa dengan kompetensi tersebut, seorang wartawan akan mampu menulis dengan baik, tidak hanya jelas tetapi sesuai dengan ranah dan tujuan beritanya; *“...setelah mereka punya kompetensi dan segala macem itu, dia harus punya jiwa kenetralan pandangan politik, kemudian dia harus punya jiwa kebijaksanaan dalam konteks jangan berlaku sebagai hakim...”* . kata *“jangan jadi hakim”* yang dinyatakan oleh narasumber jelas mengisyaratkan adanya kerancuan dalam berita yang dituliskan

oleh wartawan. Netral adalah kualifikasi berikutnya yang harus dimiliki oleh wartawan selain kompetensi yang sesuai dengan ranah dan bidangnya, maka kenetralan menjadi penentu apakah berita tersebut memiliki nilai yang diharapkan oleh Humas provinsi Banten atau justru sebaliknya tidak memiliki nilai sama sekali dan tidak memberikan informasi yang jelas bagi masyarakat.

“...Contohnya dilakukan penggerebekan di kota Serang, tapi dimana lokasinya, itu tidak jelas, jadi saya kecewa itu sama media cetak di Banten ini, mereka tidak memasukan semua unsur 5W 1H, kemudian mereka memihak, mereka menelan mentah – mentah press realise yang mereka terima tidak diolah dengan bahasa mereka”.

Pernyataan narasumber diatas mengindikasikan adanya kekecewaan yang luar biasa ketika berita yang dicetak dan diterbitkan oleh surat kabar memiliki penulisan berita yang tidak sesuai dengan kaidah penulisan jurnalistik, dan hasilnya adalah berita mentah yang tidak terolah dengan bahasa yang informatif dan faktual. Dari kaca mata kehumasan hal ini tentunya menyesatkan. Humas merupakan jembatan informasi yang memberikan pemahaman dan sudut pandang yang sama antara masyarakat dengan pemerintah, tetapi dengan kondisi penulisan berita yang tidak sesuai dengan kaidah jurnalistik, tentunya

tujuan dan fungsi humas tersebut tidak tercapai.

Narasumber merupakan humas senior di pemerintahan Provinsi Banten, sempat menyatakan kerinduannya akan sosok wartawan dengan idealisme yang tinggi; *“...sudah lama kita rindukan wartawan seperti lukman hakim...”*. pernyataan lugas ini tentunya puncak dari kekecewaan yang menggunung. Narasumber -dengan pengalamannya selama bertahun-tahun berinteraksi dan berhubungan dengan semua jenis wartawan (wartawan media cetak, online, radio, dan Televisi)- merasakan perubahan-perubahan pribadi wartawan yang semakin pragmatis dan terkesan tidak peduli lagi dengan nilai-nilai kejujuran, kebenaran, dan kenetralan informasi. Wartawan saat ini menurutnya sudah memasuki fase pragmatis dan materialis, ketika idealisme pekerjaan di ukur melalui pencapaian secara materi; *“...Ya tadi karena ukuran kesuksesan itu adalah diukur dengan apa yang sudah kita punya ya”* dan hasilnya adalah perilaku dan sikap wartawan yang tidak lagi menjadi *“..suaranya rakyat”*, atau menjadi panglima reformasi.

Opini ini terbentuk tidak hanya dari satu atau dua kali kegiatan bersama antara humas provinsi banten dengan wartawan, tetapi dari puluhan kegiatan yang telah

terjadi selama bertahun-tahun. Menurut narasumber, perilaku wartawan yang merangkap sebagai agen marketing pencari iklan juga tidak dapat sepenuhnya disalahkan kedalam diri wartawan tersebut. mayoritas dari wartawan hanya melaksanakan tugas yang diperintahkan kepadanya oleh atasannya yang berpegang pada kebijakan perusahaan surat kabar. Salah satu narasumber mengonfirmasi hal tersebut;

“...di Radar itu bagian keuangannya bilang dari pada kita dua kali ngirim, kalau marketing itu gak mungkin ke kepalanya, kalau wartawan karena sekarang wawancara jadi sekarang bisa masuk sumber utamanya, jadi sekalian aja biar hemat ongkos”.

Permasalahan kompleks ini dianalisa oleh humas provinsi dan sempat dilakukan pertemuan untuk mengklarifikasi;

“...semua Kepala Daerah coba dibicarakan, dengan kinerja mereka kita tidak ada masalah, mereka butuh informasi kita butuh publikasi, itu tidak ada masalah, dalam konteks itu. Yang masalah itu saat kita punya uang publikasi dan informasi yang terbatas untuk 10 media tapi media yang berharap itu 20 media. Kita pakai pola profesional murni juga kita bukan pelaku usaha, kita juga melakukan pembinaan kepada media harus punya unsur keadilan, jangan punya Radar aja atau Kabar aja tapi kan kita sadari bahwa kita tidak bisa begitu saja, menerapkan hukum pasar kepada mereka, karena kami pemerintah mewakili pemerintah pusat juga punya

tugas yang lain selain mengurus publikasi dan promosi.”

Pernyataan narasumber memperlihatkan bahwa publikasi dan promosi yang dilakukan oleh humas provinsi tetap memperhatikan kesejahteraan wartawan sehingga uang publikasi tetap dimasukkan kedalam anggaran belanja, akan tetapi tentunya wartawan atau surat kabar yang menjadi mitra adalah surat kabar dengan kompetensi profesional yang telah teruji melalui kegiatan-kegiatan sebelumnya. Narasumber juga menyatakan bahwa hanya karena sebuah surat kabar *homebase* ada di kota Serang bukan berarti publikasi tersebut secara otomatis menjadi hak surat kabar tersebut. persaingan usaha haruslah didasarkan pada profesionalisme, dan bukan karena “*.jatah-jatahan..*”.

Humas provinsi Banten sampai akhir 2016 tercatat sebanyak 264 media di Banten yang dipecah menjadi media online, media mingguan, media harian, majalah, televisi, media lokal, media nasional. Dengan jumlah yang cukup banyak, pola persaingan yang tercipta tentunya mengikuti keinginan pasar; semakin tinggi kualitas berita yang diterbitkan, maka harga yang harus dibayar semakin mahal, begitu pun sebaliknya. Dan tidak hanya kualitas berita tetapi juga kompetensi wartawannya, semakin tinggi

kompetensinya maka berita yang dihasilkan akan semakin bernilai dan tentunya memiliki harga yang tinggi. Kemampuan wartawan menjadi alat ukurnya bersama dengan kredibilitas perusahaan medianya. Dari 264 media yang tercatat, tidak semuanya memiliki nilai yang baik. Beberapa media menorehkan prestasi dan kredibilitas yang menjatuhkan idealisme seorang wartawan sehingga dalam berbagai kegiatan, humas provinsi jarang mengontak wartawan tersebut atau bekerjasama dengan perusahaan media tersebut. pernyataan narasumber turut mengonfirmasi hal tersebut;

“...sekarang itu hubungannya itu hubungan ekonomis banget gitu, kapitalis, pragmatis, jadi banyak temen – temen wartawan muda, mereka dateng ngobrol mungkin dateng dalam rangka membangun komunikasi gitu ya tapi ujung – ujung nya ada iklan engga teh kaya gitu, jadi mereka itu meluangkan waktu semata – mata untuk itu.

Hubungan terbaik antara wartawan dengan humas sempat dialami oleh narasumber. Dengan semangat narasumber bercerita bagaimana humas dan wartawan bersinergi membangun fakta dan menyajikan berita yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan bukan dalam rangka advertorial semata. Menurut narasumber, seperti itulah yang seharusnya terjadi antara wartawan dengan humas, dan

bukan semata bicara advertorial yang tidak dibutuhkan oleh masyarakat yang haus akan informasi; *“...sehari ada 2 atau 4 advertorial, advertorial siapa yang baca, masyarakat juga males buat baca, yang jelas itu berbayar.*

Pola Hubungan antara Humas provinsi Banten dan Wartawan

Humas provinsi Banten saat ini tidak berbentuk SKPD melainkan bidang yang melebur dengan SKPD lain, yaitu Kominfo Provinsi Banten. Fungsi-fungsi yang sebelumnya ada di Humas, sekarang terbagi kedalam beberapa bidang, narasumber menyatakan bahwa; *“...Humas itu ada di Kominfo tetep, ada di Pak Kusma, tapi soal menyampaikan informasi ada di pak Feri”*. Pembagian bidang ini jelas menyulitkan wartawan dalam mencari informasi yang berkaitan dengan kegiatan pemerintah provinsi Banten. Jika sebelumnya cukup melalui satu pintu, maka saat ini setidaknya melalui 2 pintu di kominfo. Pernyataan cukup keras disampaikan oleh narasumber mengenai kondisi humas saat ini yang bagaikan *“...anak ayam yang kehilangan induk”*. Hubungan dan relasi yang telah dijalin cukup lama akhirnya kandas tanpa muara. Wartawan bingung hendak kemana apabila membutuhkan informasi, dan sebaliknya humas juga tidak dapat sefleksibel

sebelumnya, karena khawatir melangkahi kewenangan atau tugas pokoknya yang baru di kominfo. Peleburan yang seharusnya menjamin efisiensi dan efektifitas kegiatan justru menjadi faktor yang menghambat lajunya penyebaran informasi yang dibutuhkan masyarakat.

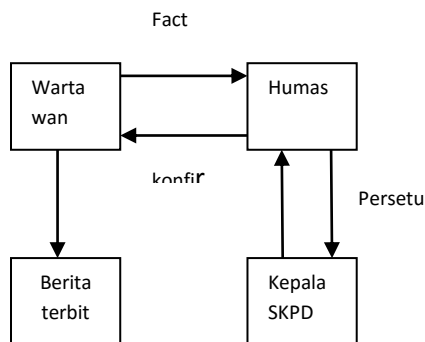
Humas sebagai bagian dari kelengkapan pemerintahan patuh terhadap peraturan pemerintah. Didalamnya termasuk pengaturan tugas dan kewenangan. Narasumber menyatakan bahwa; “...ada anggaran di pak Kusma itu ada anggaran untuk memfasilitasi wartawan, untuk yang bikin press realise atau pun untuk pemberitaan itu ada di pak Kusma, advetorial itu ada di pak Feri”. Pembagian kewenangan berkaitan dengan pembagian anggaran kegiatan yang dapat dilaksanakan oleh humas berkaitan dengan hubungan dengan media. Dinyatakan dalam kutipan diatas, bahwa untuk kegiatan informasi kegiatan pemerintah, press release, dan pemberitaan media, merupakan tanggung jawab salah satu bidang. Sedangkan advetorial merupakan tanggung jawab bidang lain.

Pembedaan ini tidak mecirikan kerja organisasi yang efisien, sebab kedua jenis kegiatan tersebut masih dalam ranah hubungan media massa. Bagi wartawan, pembedaan kedua bidang tersebut hanya menambah panjang rantai birokrasi yang

harus dijalani oleh wartawan ketika membutuhkan informasi. Rantai birokrasi yang umumnya dianggap menjengkelkan karena semakin panjang rantainya semakin lama prosesnya, bahkan dalam beberapa kasus sering terjadi informasi yang disampaikan tidak lagi utuh, dengan alasan informasi lain yang terkait bukanlah kewenangannya untuk menjawab, dan wartawan tersebut “dilempar” ke bidang lain, yang tentunya harus memulai dari awal pertemuan hingga sampai proses wawancara.

Pola komunikasi yang kemudian terbentuk tidak lagi komunikasi dua arah, tetapi menjadi *multistep*, dimana setiap kebutuhan yang berkaitan dengan hubungan media, dibagi kedalam beberapa bagian –dalam hal ini terbagi kedalam beberapa bidang, yaitu; informasi kehumasan di bidang 1 oleh pak Kusma, dan bidang advetorial oleh Pak Fery. Sehingga ketika wartawan membutuhkan informasi yang dibutuhkan kedua pihak, maka wartawan harus menghubungi keduanya. Hal ini tidak terjadi di tahun sebelumnya. Semua kebutuhan informasi dan advetorial menjadi kewenangan humas.

Bagan 1. Pola Hubungan antara Wartawan dengan Humas Provinsi Banten



SIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana sebuah institusi bergerak dalam hubungan yang dinamis dan intens. Bagi wartawan, humas merupakan institusi pemerintah yang memberikan informasi bagi masyarakat mengenai program pembangunan daerah. Bagi humas pemerintah provinsi Banten, wartawan merupakan fungsi jurnalis sekaligus fungsi marketing, dimana relasi yang terjalin merupakan relasi bisnis yang berkaitan dengan perencanaan informasi dan pencitraan bagi pemerintah daerah. Relasi bisnis yang terjalin antara wartawan dengan humas menghasilkan interpretasi yang berbeda mengenai peran humas dan sikap wartawan. Perbedaan ini berkaitan

dengan opini wartawan yang menyatakan bahwa humas tidak menyediakan kebutuhan informasi yang memadai bagi wartawan, dan bagi humas, wartawan bersikap tidak profesional dengan hanya melihat humas sebagai kepentingan bisnis semata.

Oleh karena disarankan, bagi humas untuk menyediakan informasi yang memiliki nilai berita sehingga berita wartawan dapat meliput tanpa di iming-imingi oleh uang. Sementara, wartawan harus menyadari bahwa pekerjaan jurnalis adalah mencari berita dan bukan mencari iklan atau marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadhya., MA. 1995. Panduan Buat Pers Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Atmakusumah. 2000. Sepuluh Pelajaran Untuk Wartawan. Jakarta: Lembaga Studi Pers dan Pembangunan
- Badri, Muhammad. "mengelola konflik perbedaan budaya profesi wartawan dan humas." *Meta Communication Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Baines, Paul, John Egan, and Frank Jefkins. *Public relations*. Routledge, 2007
- Cresswell, W, John. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Traditions*, California: Sage Publications, Inc.
- Cutlip, Scott M., and H. Allen. 2000. *Effective Public Relations*. Center in Glen M. Broom
- Masduki, 2004. Kebebasan Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Yogyakarta: UII Press.
- Moleong, Lexy J. 2000. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady, Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi, Edisi Revisi. PT Rajagrafindo: Jakarta 2007.
- Sobur, Alex. 2001 Etika Pers Profisionalisme Dengan Nurani, Bandung: Humaniora Utama Press.
- [MA/pernyataan/detail/475/pernyataan-dewan-pers-tentang-mengatasi-penyalahgunaan-profesi-wartawan](http://rachmatkriyantono.lecture.ub.ac.id/ta/MA/pernyataan/detail/475/pernyataan-dewan-pers-tentang-mengatasi-penyalahgunaan-profesi-wartawan)
<http://rachmatkriyantono.lecture.ub.ac.id/ta/g/pers/>
<http://regional.kompas.com/read/2014/11/27/15422531/Tuding.Gubernur.Bengkulu.Korupsi.Dua.Media>.
Dilaporkan. ke.Dewan.Pers

Sumber Online:

Dewan Pers Indonesia.
<http://dewanpers.or.id/FILE%20LA>

Jurnal Riset Komunikasi
<http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom>