

Efektivitas Kegiatan Media Relations Ditinjau dari Publikasi Media Massa (Studi Kasus: Kegiatan Lights On, Against Substance Abuse and HIV/AIDS 2002 Yayasan Cinta Anak Bangsa)

Dewi Octora, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285189&lokasi=lokal>

Abstrak

Public Relations dan media relations oleh sebagian masyarakat dianggap sama, padahal dalam kenyataannya tidak demikian. Media relations merupakan salah satu bagian dari fungsi public relations, khususnya sebagai pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi tentang berbagai kegiatan program kerja atau demi kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan publik sebagai sarannya. Bell menggunakan metode skoring dalam melakukan pengukuran media relations berdasarkan liputan media massa. Penggunaan skoring bersifat subyektif karena pemberian skor berkaitan dengan persepsi pembaca. Kriteria yang disampaikan Bell (1991: 131) adalah penyebutan nama perusahaan/ organisasi, atau produk, pesan utama muncul di kepala berita, pesan utama dikutip dalam berita, liputan dimuat di kanan, atau di atas, liputan dimuat di halaman depan, pemuatan foto, berwarna atau hitam putih, apakah berita digabung dengan berita lain, dan ukuran hasil liputan di media massa. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pelaksanaan kegiatan media relations sebagai salah satu PR tools pada organisasi nonprofit, dan mengevaluasi hasil publikasi media massa yang diperoleh, untuk melihat efektivitas kegiatan media relations yang dilakukan oleh organisasi nonprofit. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam pemaparan data, namun menggunakan metode penelitian kualitatif dalam interpretasi datanya. Hasil penelitian dapat dibuat kedalam angka-angka statistik, namun hal itu membuat hasil penelitian kurang mendalam. Kuantifikasi digeneralisir ke dalam populasi, tanpa mengetahui kondisi atau fenomena secara lebih mendalam. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dalam menginterpretasikan data kuantitatif tersebut, sehingga hasil penelitian merupakan hasil pendalaman dari sebuah kasus, yang dapat digeneralisir pada level teori, dan bukan pada level populasi. Analisis penelitian berupa studi kasus, unit observasinya adalah keseluruhan proses kegiatan media relations sampai dengan hasil publikasi yang diperoleh, pada salah satu program yang telah dijalankan oleh PR YCAB, yaitu Lights On Against Substance Abuse and HIV/AIDS 2002. Kriteria-kriteria yang dikemukakan oleh Bell dianggap memiliki bobot nilai yang sama. Jumlah skor yang diperoleh berdasarkan hasil publikasi yang diperoleh organisasi, digunakan untuk mengukur efektivitas media relations. Jumlah skor dianalisis per liputan yang dimuat media, per kegiatan media relations yang dilaksanakan, dan total keseluruhan kegiatan hubungan media yang dilaksanakan. Selain itu peneliti juga menganalisis satu per satu isi liputan media secara kualitatif. Peliputan di lapangan menunjukkan bahwa hanya dua media yang memuat beritanya dengan kecenderungan positif, sementara tujuh liputan lainnya memberikan sorotan terhadap kekurangan pelaksanaan kegiatan ini. Hal-hal yang menjadi sorotan program ini antara lain, Program Lights On 2002 tidak efektif dalam pemberantasan narkoba di Indonesia, Program Lights On 2002 merupakan kegiatan seremonial semata dalam memperingati Hari Anti Madat Sedunia, Sosialisasi pelaksanaan program Lights On 2002 masih sangat kurang sehingga masih banyak pengendara kendaraan bermotor yang tidak mengetahui adanya kegiatan ini; dan Pelaksanaan program Lights On 2002 yang melibatkan aparat keamanan, dinilai tidak serempak, di mana masih banyak aparat yang justru tidak mengetahui adanya aksi penyalan lampu untuk

memperingati Hari Anti Madat Sedunia. Kegiatan media relations yang dilaksanakan oleh PR YCAB masih minimal, hal ini mengingat kondisi organisasi yang masih relatif baru. Hubungan media yang lebih banyak dilakukan adalah yang berkaitan dengan penempatan iklan layanan masyarakat, tentang hotline konseling YCAB. Bentuk kegiatan media relations paling efektif adalah press release dengan rata-rata skor 20 dari skor tertinggi 25. PR sebagai sumber informasi dapat menentukan informasi apa saja yang ingin disampaikan ke media, sehingga publikasi yang diperoleh cenderung netral. Sementara untuk hasil publikasi berdasarkan peliputan kegiatan, 10 dari 21 hasil publikasi bernada negatif. Hasil publikasi berdasarkan peliputan kegiatan sebagian besar bernada negatif, hal ini dapat terjadi karena wartawan belum memiliki informasi yang cukup mengenai kegiatan yang dilaksanakan, maka untuk mengantisipasinya PR dapat membagikan press release yang telah disebar ke media-media, ketika mengundang media untuk peliputan kegiatan. Peran media relations dalam menciptakan publikasi positif, menciptakan hubungan baik dengan media dan memberikan informasi lengkap tentang organisasi dan program-programnya secara berkala, dapat membantu media memahami kondisi organisasi sehingga menghasilkan publikasi positif atas organisasi.