



Strategi Media Relations Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Bogor dalam Membangun Citra Positif Institusi

Selri Febriani^{1*}, Robbikal Muntaha Meliala², Teguh Tri Susanto³

¹Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Email : serlyf767@gmail.com¹, robbikal.rtl@bsi.ac.id², teguh.tht@bsi.ac.id³

Abstract

This study explores the media relations strategy implemented by the Secretariat of the Regional House of Representatives (DPRD) of Bogor Regency in building a positive institutional image. Using a qualitative descriptive approach with a case study design, data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. The research reveals that the media relations strategy in the DPRD Secretariat is still situational and lacks a structured annual strategic plan. Although press releases are routinely issued, press conferences and media gatherings have not been optimally conducted. The major challenges identified include limited human resources and publishing infrastructure. However, the public relations team has established cooperation with local media and made use of digital platforms. The strategy has contributed to the institutional image but requires improvements in structure, consistency, and resource enhancement. This article offers recommendations for enhancing the implementation of media relations strategies in local legislative institutions.

Keywords: Media Relations Strategy, Institutional Image, Public Communication, DPRD, Communication Strategy

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi media relations yang diterapkan oleh Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Bogor dalam membangun citra positif institusi. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan desain studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi media relations yang diterapkan di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor masih bersifat situasional dan belum disusun dalam rencana strategis tahunan. Meskipun press release dilakukan secara rutin, kegiatan press conference dan media gathering belum dilakukan secara optimal. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia dan infrastruktur publikasi. Namun, tim humas telah menjalin kerja sama dengan media lokal dan memanfaatkan platform digital. Strategi ini telah memberikan kontribusi terhadap citra institusi, namun masih memerlukan perbaikan dalam hal struktur, konsistensi, dan penguatan sumber daya. Artikel ini memberikan rekomendasi untuk perbaikan lebih lanjut dalam penerapan strategi media relations di lembaga legislatif daerah.

Kata Kunci: Strategi Media Relations, Citra Institusi, Komunikasi Publik, DPRD, Strategi Komunikasi

PENDAHULUAN

Ilmu komunikasi memiliki cakupan yang luas, salah satunya adalah praktik kehumasan. Fungsi utama dari kehumasan adalah untuk menjalankan peran manajerial dalam menjaga hubungan serta merespons berbagai dinamika yang muncul dari publik. Kehumasan bertujuan untuk menjadi jembatan komunikasi antara masyarakat dengan suatu institusi. Dalam struktur organisasi, divisi humas menjadi bagian yang cukup berpengaruh terhadap jalannya operasional lembaga atau perusahaan. Peran humas bukan hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga berkontribusi dalam membangun dan memperkuat citra positif organisasi melalui berbagai aktivitas dan tanggung jawab yang dijalankannya (Darmawan, 2024).

Pentingnya citra lembaga dalam konteks institusi pemerintahan, khususnya lembaga legislatif, sangat relevan untuk membangun kepercayaan publik, mendukung transparansi, serta memperkuat hubungan antara lembaga dan masyarakat. Citra lembaga yang positif sangat diperlukan untuk membangun legitimasi dan kepercayaan publik terhadap kinerja dan kebijakan yang dihasilkan oleh lembaga tersebut. Oleh karena itu, citra lembaga pemerintah perlu dikelola dengan strategi yang tepat, salah satunya melalui strategi media relations. Media relations berperan penting dalam menciptakan hubungan yang baik antara lembaga dan media massa, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap pembentukan opini publik yang mendukung keberadaan lembaga tersebut (Amaruddin & Luthfi, 2024).

Di Indonesia, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) sebagai lembaga legislatif daerah memegang peran penting dalam sistem pemerintahan. DPRD bertanggung jawab untuk menjalankan tugas legislasi, pengawasan, dan penganggaran yang merupakan bagian integral dari jalannya pemerintahan daerah. Meskipun memiliki peran yang sangat strategis, citra DPRD di mata masyarakat seringkali dipengaruhi oleh pemberitaan media yang tidak selalu menguntungkan. Dalam konteks ini, Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor sebagai bagian dari lembaga tersebut memiliki tanggung jawab dalam membangun citra positif institusi melalui pengelolaan hubungan dengan media, baik lokal maupun nasional.

Namun, berdasarkan data yang ada, citra DPRD Kabupaten Bogor masih diwarnai oleh pandangan negatif masyarakat. Survei yang dilakukan oleh Lembaga Studi Visi Nusantara (LS Vinus) pada 27 Agustus 2024 menunjukkan bahwa hanya 25% masyarakat Kabupaten Bogor yang merasa puas dengan kinerja DPRD Kabupaten Bogor, sementara 72% merasa tidak puas.

Hasil survei ini mencerminkan adanya ketidakpuasan publik terhadap transparansi dan komunikasi yang dilakukan oleh DPRD. Menurut Zaedi Basiturozak, Rektor Institut Teknologi Bisnis Visi Nusantara (ITB Vinus), pandangan negatif ini menunjukkan kurangnya komunikasi dan keterbukaan informasi yang dilakukan oleh DPRD kepada masyarakat (Hakim, 2024b).

Dengan latar belakang tersebut, penting bagi Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor untuk memperkuat strategi media relations yang lebih terstruktur dan sistematis. Media relations yang efektif dapat membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga DPRD. Salah satu tujuan dari media relations adalah untuk memperluas pemberitaan positif mengenai kinerja lembaga, serta untuk memperkenalkan kebijakan dan program-program yang dilakukan oleh DPRD secara transparan dan akuntabel.

Penyampaian informasi yang akurat dan tepat waktu melalui berbagai saluran media, baik konvensional maupun digital, menjadi salah satu langkah penting dalam upaya ini. Di tengah perkembangan teknologi informasi yang pesat, penggunaan media sosial dan platform digital juga menjadi sangat relevan sebagai sarana komunikasi yang langsung dan interaktif antara lembaga dan publik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis strategi media relations yang diterapkan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dalam membangun citra positif institusi. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi tantangan yang dihadapi dalam penerapan strategi tersebut dan memberikan rekomendasi untuk peningkatan efektivitas media relations dalam membentuk citra lembaga.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis strategi media relations yang diterapkan oleh Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Bogor dalam membangun citra positif institusi. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam fenomena yang terjadi, khususnya dalam memahami proses komunikasi yang terjadi antara Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dan media. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan secara sistematis dan rinci tentang strategi yang diterapkan dalam konteks yang lebih luas dan alami tanpa mengaitkan variabel-variabel yang terisolasi (Moleong, 2021).

Studi kasus dipilih sebagai desain penelitian karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis fenomena dalam konteks kehidupan nyata, khususnya yang berkaitan dengan hubungan media dan lembaga legislatif di Kabupaten Bogor. Dengan menggunakan studi kasus, peneliti dapat lebih fokus pada praktik media relations yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor serta bagaimana strategi tersebut mempengaruhi citra lembaga di mata publik (Yin, 2023).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data melibatkan beberapa metode, antara lain wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan key informan yang terdiri dari anggota humas Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dan sejumlah jurnalis lokal yang berinteraksi langsung dengan lembaga tersebut. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana strategi media relations dijalankan, tantangan yang dihadapi, serta persepsi mereka terhadap efektivitas strategi tersebut. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat menggali informasi lebih dalam sesuai dengan topik yang relevan (Creswell, 2022).

Selain wawancara, observasi juga dilakukan untuk memperoleh data langsung mengenai aktivitas media relations yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan sehari-hari seperti penyebaran siaran pers, penyelenggaraan konferensi pers, dan media gathering yang dilakukan oleh tim humas. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana komunikasi dilaksanakan dalam konteks yang lebih kontekstual dan mendalam (Braun & Clarke, 2021).

Dokumentasi juga menjadi bagian penting dalam pengumpulan data. Peneliti mengumpulkan berbagai dokumen yang relevan, seperti press release, laporan kegiatan, dan dokumentasi dari konferensi pers atau media gathering yang telah dilaksanakan. Data dokumentasi ini memberikan bukti konkret mengenai pelaksanaan strategi media relations dan memfasilitasi peneliti dalam memverifikasi informasi yang didapatkan dari wawancara dan observasi.

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan model analisis empat tahap media relations yang dikemukakan oleh Yosol Iriantara (2024). Tahapan pertama adalah fact finding, yaitu pengumpulan informasi terkait situasi yang sedang berlangsung. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi masalah dan peluang yang ada dalam konteks media relations di

DPRD Kabupaten Bogor. Tahap kedua adalah *planning and programming*, di mana strategi dan rencana komunikasi disusun berdasarkan hasil *fact finding*. Peneliti menganalisis bagaimana Sekretariat DPRD merencanakan dan mengembangkan program media relations. Tahap ketiga adalah *action and communication*, yang berfokus pada implementasi strategi komunikasi dan tindakan yang dilakukan dalam hubungan dengan media. Terakhir, tahap *evaluation* digunakan untuk menilai hasil dan efektivitas dari strategi media relations yang diterapkan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor.

Selain itu, analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan strategi media relations. Analisis SWOT ini membantu dalam menggali lebih dalam mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Sekretariat DPRD, serta peluang dan ancaman yang mungkin muncul dalam proses membangun citra lembaga (Darmawan, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti akan menyajikan dan membahas temuan-temuan yang diperoleh melalui penelitian di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor terkait dengan penerapan strategi media relations untuk membangun citra positif institusi. Penelitian ini mengacu pada model empat tahap media relations yang dikemukakan oleh Yosol Iriantara, yaitu *Fact Finding, Planning and Programming, Action and Communication*, serta *Evaluation*. Di samping itu, analisis SWOT juga digunakan untuk memperkuat pemahaman terhadap strategi yang diterapkan.

1. Fact Finding (Pengumpulan Fakta)

Pada tahap pertama, *Fact Finding*, peneliti melakukan pengumpulan data terkait situasi dan kondisi yang ada di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor. Berdasarkan wawancara dengan *key informan* dan observasi langsung, ditemukan bahwa Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya manusia dan anggaran untuk kegiatan media relations. Meskipun tim humas telah melakukan beberapa upaya untuk menjalin komunikasi dengan media melalui siaran pers, kegiatan tersebut cenderung bersifat situasional dan tidak terencana secara sistematis. Keterbatasan ini terlihat jelas dalam hal intensitas dan kualitas interaksi yang dilakukan

dengan media massa, di mana tidak ada perencanaan jangka panjang atau evaluasi yang mendalam terkait kegiatan media relations yang dilakukan.

Berdasarkan data yang diperoleh, tercatat bahwa Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor mengeluarkan siaran pers secara rutin, tetapi kegiatan seperti press conference dan media gathering belum dilaksanakan dengan optimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya, baik dalam hal anggaran maupun jumlah personel yang ada di bagian humas. **Tabel IV.1** menunjukkan jumlah kegiatan publikasi dan media gathering yang dilakukan pada tahun 2024.

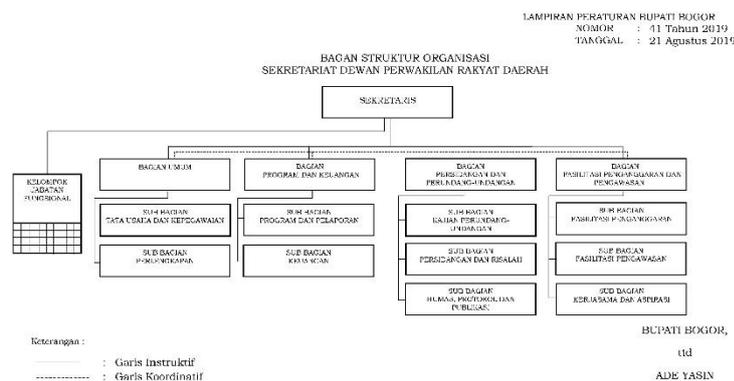
Jenis Kegiatan	Jumlah	Frekuensi
Siaran Pers	25	Rutin
Press Conference	3	Tidak Teratur
Media Gathering	2	Terbatas

Tabel IV.1: Data Publikasi pada Humas Pemerintah Kabupaten Bogor Selama 2024

2. Planning and Programming (Perencanaan dan Pemrograman)

Pada tahap Planning and Programming, ditemukan bahwa meskipun ada beberapa rencana untuk kegiatan media relations, perencanaan tersebut tidak terintegrasi dengan rencana strategis tahunan yang jelas. Tim humas DPRD Kabupaten Bogor cenderung merencanakan kegiatan media relations secara spontan, tanpa evaluasi dan pengukuran yang terstruktur terhadap pencapaian yang ingin dicapai. Berdasarkan wawancara dengan key informan, tim humas mengaku bahwa mereka lebih sering merencanakan kegiatan berdasarkan situasi yang mendesak, bukan berdasarkan perencanaan jangka panjang.

Sebagai contoh, meskipun siaran pers dilakukan secara rutin, kegiatan lain seperti media gathering dan press conference sering kali tidak terencana dengan baik. Hal ini menyebabkan hubungan dengan media menjadi terbatas pada kegiatan yang bersifat reaktif, bukan proaktif. Dalam analisis SWOT, ditemukan bahwa salah satu kelemahan utama adalah kurangnya perencanaan yang matang dan keterbatasan sumber daya yang menghambat pengembangan strategi media relations yang lebih terstruktur.



Gambar IV.2: Struktur Organisasi Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor
 (Gambar ini menggambarkan struktur organisasi yang menunjukkan posisi dan peran tim humas dalam mengelola komunikasi dengan media.)

3. Action and Communication (Tindakan dan Komunikasi)

Pada tahap Action and Communication, temuan penelitian menunjukkan bahwa Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor telah melaksanakan beberapa upaya komunikasi dengan media, namun penerapan media sosial dan platform digital masih terbatas. Meskipun telah ada beberapa siaran pers yang diterbitkan, keberadaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter belum dimanfaatkan secara maksimal untuk membangun citra lembaga secara lebih luas dan transparan.

Kegiatan seperti media gathering dan press conference, yang seharusnya menjadi bagian dari strategi komunikasi yang proaktif, masih belum optimal pelaksanaannya. Humas Sekretariat DPRD lebih banyak mengandalkan komunikasi melalui media cetak dan siaran pers daripada memanfaatkan kanal digital untuk interaksi yang lebih langsung dengan publik. Hal ini mengindikasikan bahwa media relations yang dilakukan cenderung lebih reaktif daripada proaktif. Hasil dari analisis SWOT memperlihatkan bahwa meskipun ada peluang besar dalam menggunakan media sosial, masih ada tantangan besar dalam mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Faktor	Keterangan
Strengths	Rutin mengeluarkan siaran pers

Weaknesses	Keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran untuk media relations
Opportunities	Potensi besar dalam menggunakan media sosial dan digital
Threats	Kurangnya struktur perencanaan jangka panjang

Tabel IV.2: SWOT Strategi Media Relations Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor

4. Evaluation (Evaluasi)

Pada tahap Evaluation, meskipun sudah dilakukan beberapa evaluasi terhadap kegiatan media relations yang dilaksanakan, evaluasi tersebut masih terbatas pada aspek teknis dan tidak mencakup dampak jangka panjang terhadap citra lembaga. Peneliti menemukan bahwa evaluasi yang dilakukan lebih difokuskan pada jumlah siaran pers yang diterbitkan dan frekuensi kegiatan media gathering, tanpa adanya pengukuran yang jelas mengenai perubahan persepsi publik terhadap DPRD Kabupaten Bogor.

Evaluasi yang lebih menyeluruh sangat diperlukan untuk mengetahui seberapa efektif kegiatan media relations yang dilakukan dalam membangun citra positif lembaga. Hal ini sesuai dengan pandangan Darmawan (2024), yang menyebutkan bahwa evaluasi yang mendalam harus mencakup bukan hanya hasil dari kegiatan komunikasi, tetapi juga dampaknya terhadap hubungan jangka panjang dengan media dan publik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi media relations yang diterapkan oleh Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Bogor, dapat disimpulkan bahwa meskipun telah ada upaya untuk membangun citra positif lembaga melalui komunikasi dengan media, strategi yang dijalankan masih bersifat situasional dan belum terencana secara sistematis. Pengelolaan media relations yang dilakukan oleh tim humas DPRD Kabupaten Bogor belum sepenuhnya optimal karena terbatasnya sumber daya manusia dan anggaran, yang memengaruhi kemampuan mereka dalam merancang dan melaksanakan kegiatan media relations yang lebih terstruktur.

Selain itu, meskipun kegiatan media seperti siaran pers dilakukan secara rutin, kegiatan lain yang lebih proaktif seperti media gathering dan press conference belum dilaksanakan

dengan maksimal. Struktur organisasi yang ada, meskipun sudah memadai, tidak cukup mendukung pencapaian tujuan komunikasi strategis secara menyeluruh. Berdasarkan analisis SWOT, ditemukan bahwa kekuatan Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor terletak pada konsistensi mereka dalam mengeluarkan siaran pers, sementara kelemahan utamanya adalah kurangnya perencanaan tahunan yang lebih sistematis. Di sisi lain, peluang yang dimiliki adalah pemanfaatan media sosial dan platform digital yang lebih luas, sementara ancamannya adalah keterbatasan sumber daya yang dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi.

Secara keseluruhan, strategi media relations yang diterapkan telah memberikan kontribusi terhadap citra lembaga, namun perlu adanya perbaikan dalam hal struktur organisasi, perencanaan strategis, dan penguatan sumber daya, baik dalam hal anggaran maupun jumlah personel yang mengelola humas.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas strategi media relations Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dalam membangun citra positif lembaga, antara lain:

1. Penyusunan Rencana Strategis Tahunan.

Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor perlu menyusun rencana strategis media relations yang lebih terstruktur dan berjangka panjang. Rencana ini harus mencakup kegiatan rutin seperti siaran pers, tetapi juga memperhatikan kegiatan lain yang lebih proaktif seperti media gathering dan press conference. Dengan perencanaan yang lebih matang, DPRD Kabupaten Bogor dapat lebih optimal dalam membangun komunikasi yang transparan dan efektif dengan publik.

2. Penguatan Sumber Daya Manusia dan Infrastruktur

Mengingat keterbatasan personel dan anggaran yang menjadi hambatan, disarankan agar tim humas DPRD Kabupaten Bogor dapat meningkatkan kapasitasnya, baik melalui pelatihan atau penambahan sumber daya manusia. Selain itu, perlu juga ada pengembangan infrastruktur untuk mendukung publikasi yang lebih efektif, baik dari sisi teknis maupun perangkat digital.

3. Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial dan Digital

Pemanfaatan media sosial dan platform digital harus lebih diperhatikan, mengingat banyaknya audiens yang kini lebih aktif di dunia maya. Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor sebaiknya memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Twitter, dan YouTube untuk lebih menjangkau masyarakat muda, serta memberikan informasi secara lebih transparan dan interaktif.

4. Evaluasi Rutin terhadap Kegiatan Media Relations

Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor perlu melakukan evaluasi yang lebih mendalam terhadap kegiatan media relations yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini sebaiknya mencakup aspek jangka panjang, seperti perubahan persepsi publik dan pengaruh kegiatan media terhadap citra lembaga. Dengan evaluasi yang lebih komprehensif, tim humas dapat mengetahui keberhasilan dan kekurangan dari strategi yang diterapkan, serta membuat perbaikan yang diperlukan.

5. Kolaborasi yang Lebih Intense dengan Media Lokal

Mengingat pentingnya hubungan yang baik dengan media, disarankan agar Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor memperkuat kerja sama dengan media lokal melalui pertemuan yang lebih intensif dan terjadwal. Selain itu, meningkatkan interaksi dengan jurnalis melalui kegiatan informal seperti media gathering dapat mempererat hubungan dan memperbaiki kualitas pemberitaan yang dihasilkan.

Dengan implementasi saran-saran tersebut, diharapkan Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dapat meningkatkan strategi media relations mereka, memperbaiki citra lembaga, dan memperkuat hubungan dengan publik, sehingga dapat lebih efektif dalam menjalankan tugasnya sebagai lembaga legislatif daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaruddin, T., & Luthfi, M. (2024). *Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga*. INTELEKTUAL: Jurnal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi, 11(2), 137–144.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Successful Qualitative Research: A Practical Guide for Beginners*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2022). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Darmawan, R. (2024). *Strategi Komunikasi: Pengelolaan Media Relations dalam Lembaga Pemerintahan*. Pustaka Media.

Hakim, M. (2024b). *Pandangan Negatif Masyarakat terhadap DPRD Kabupaten Bogor*. Radar Bogor.

Iriantara, Y. (2024). *Model Empat Tahap Media Relations: Teori dan Praktik dalam Komunikasi Publik*. Media Press.

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Yin, R. K. (2023). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. SAGE Publications.