MetaCommunication; Journal Of Communication Studies P-ISSN : 2356-4490
Vol 4 No 1 Maret 2019 E-ISSN : 2549-693X

KEGIATAN BANDUNG MENJAWAB OLEH PEMERINTAH KOTA BANDUNG

Septian Yudho Rinald[1)], Agus Rahmat[2)], Iriana Bakti[3)]

[1,2,3)]Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Padjadjaran
Alamat Email : iriana.bakti@unpad.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the planning, implementation, and evaluation phases of the Bandung Menjawab Activity as an effort of the Bandung City Government in establishing good relations with the mass media. This research is using descriptive method used. Data collection techniques are carried out through in-depth interviews, observations, and literature studies. The results showed that at the planning stage starting from the formulation of the problem, the mass media had difficulty in accessing the informants, the Bandung City SKPDs, so that the news or information was not confirmed in the mass media, followed by theme and speaker stipulation, the mass media mapping, and the distribution of tasks to the HR. In the implementation phase, the Bandung Menjawab activity was carried out with several activities by the Bandung Menjawab team and assisted by Report Sub-division when the Bandung Menjawab activity took place. Through a good process of communication and coordination, implementation of actions, message delivery techniques, supervision, as well as obstacles and ways to overcome them in implementing what has been planned to make every need in Bandung Menjawab activities ran smoothly. The evaluation phase carried out by evaluating activities and conducting media monitoring. The conclusions of this study are that at the planning stage, Bandung Menjawab activity was created because there are still many of Bandung City Government programs that are not socialized to the public because they are less exposed by the mass media. In the implementation phase, communication and coordination during the Bandung Menjawab activities are two-way and one-way. At the evaluation stage, the Bandung Menjawab team evaluating the implementation of activities and evaluating the results of activities.

Keywords: *Bandung city government, Bandung Menjawab, media relations, media relations process, PR activities.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahap perencanaan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi Kegiatan Bandung Menjawab sebagai upaya Pemerintah Kota Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan media massa. Metode yang digunakan adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian dalam tahap perencanaan dimulai dari perumusan masalah, yakni media massa kesulitan untuk mengakses informan, yaitu SKPD Kota Bandung sehingga tidak terkonfirmasinya berita atau informasi di media massa, dilanjutkan penentuan tema, penentuan pemateri, pemetaan media massa, dan pembagian tugas kepada SDM. Pada tahap implementasi, kegiatan Bandung Menjawab dilakukan dengan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh tim Bandung Menjawab dan dibantu subbag peliputan ketika kegiatan Bandung Menjawab berlangsung. Melalui proses komunikasi dan koordinasi yang baik, pelaksanaan aksi, teknik penyampaian pesan, pengawasan, serta kendala dan cara mengatasinya dalam mengimplementasikan apa yang sudah direncanakan membuat setiap kebutuhan dalam kegiatan Bandung Menjawab dapat berjalan dengan baik dan lancar. Tahap evaluasi dilakukan dengan mengevaluasi kegiatan dan melakukan media monitoring. Simpulan dari penelitian ini adalah pada tahap perencanaan, kegiatan Bandung Menjawab tercipta karena masih banyaknya program-program Pemkot Bandung yang tidak tersosialisasikan kepada masyarakat karena kurang terekspos oleh media massa. Pada tahap implementasi, komunikasi dan koordinasi selama kegiatan Bandung Menjawab bersifat dua arah dan satu jalur. Pada tahap evaluasi, tim Bandung Menjawab melakukan evaluasi implementasi kegiatan dan evaluasi hasil kegiatan.

Kata Kunci: Bandung Menjawab, hubungan media, kegiatan PR, Pemerintah Kota Bandung, proses media relations.

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

PENDAHULUAN

Kegiatan *media relations* merupakan salah satu taktik PR yang dilakukan oleh sebuah instansi atau organisasi yang menjalankan fungsi PR sebagai jembatan antara instansi dengan publik eksternal, yakni media. Kegiatan *media relations* dapat dilakukan dengan beberapa *tools*, seperti *press conference*, *press tour*, *special events*, *press luncheon*, *press interview*, dll. *Tools* yang akan digunakan ditentukan berdasarkan tujuan dan kebutuhan diadakannya sebuah kegiatan.

Keberadaan kegiatan *media relations* dalam sebuah instansi dapat menjadi penentu dalam keberlangsungan setiap aktivitas instansi. Intansi dan media massa, dalam menjalankan kegiatan *media relations* harus mempunyai pemahaman yang sama bahwa keduanya adalah rekan kerja yang saling mendukung dan membutuhkan. Sehingga tujuan dari kegiatan *media relations* bukan sekadar memberikan dan menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan hubungan baik yang dapat membawa citra dan reputasi positif bagi instansi melalui peningkatan kualitas nilai berita di media massa.

Reputasi positif salah satunya dapat terbentuk dari kepercayaan publik yang dibangun melalui transparansi informasi. Transparansi penyelenggaraan pemerintahan Kota Bandung menjadi tuntutan yang tidak dapat ditawar lagi. Terbukanya akses informasi pelayanan kepada masyarakat baik mengenai anggaran, pengadaan barang dan jasa, bantuan sosial, layanan perizinan, Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) dan Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK), layanan KTP, Kartu Keluarga (KK), dan surat keterangan lainnya menjadi sebuah keharusan. Adanya kemudahan akses yang diimbangi dengan integritas jajaran pengelola Pemkot diharapkan akan menghasilkan percepatan pembangunan Kota Bandung dan meningkatnya kepercayaan publik kepada birokrasi (Pemkot Bandung, 2018).

Pemkot Bandung menilai bahwa pemerintah dan media mempunyai tugas yang saling membutuhkan, yakni Pemkot Bandung sebagai instansi pemerintahan yang menjalankan fungsi-fungsi pemerintahan dan media massa yang memiliki fungsi informasi kepada publik. Kedua fungsi tersebut menjembatani kebutuhan keduanya.

Berkembangnya teknologi informasi membuat media mengalami perubahan dalam menyampaikan informasi dan memungkinkan terjadi komunikasi dua arah. Hal ini lah yang dilihat Pemkot Bandung sebagai suatu peluang untuk mempertemukan narasumber dari pemerintahan dengan wartawan yang mewakili media. Pemkot Bandung berusaha menciptakan sebuah kegiatan yang dapat mengakomodasi narasumber dan wartawan untuk terlibat dalam komunikasi dua arah.

Pemkot Bandung menyadari bahwa selama ini banyak SKPD yang antimedia. Akibatnya, banyak program-program pemerintah yang tidak tersosialisasikan dengan benar. Selain itu, ketika para SKPD sulit untuk diakses, maka berita-berita yang beredar di media massa akan cenderung

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

menjadi berita negatif karena belum terkonfirmasi dari SKPD terkait.

Pemkot Bandung melalui kegiatan Bandung Menjawab berusaha menjembatani media massa dengan narasumber dari pemerintahan. Di dalam kegiatan ini, para narasumber datang untuk menjelaskan program-program dan mempromosikan sesuatu, sekaligus menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh para wartawan. Bandung Menjawab bersifat *face-to-face* antara narasumber dengan para wartawan. Jadi, para wartawan bisa mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mereka butuhkan yang otomatis akan langsung dijawab oleh narasumber.

Bandung Menjawab bertujuan untuk memberikan ruang bagi para wartawan untuk mendapatkan informasi dari SKPD yang selama ini kesulitan untuk diakses. Terbatasnya akses untuk mendapatkan informasi-informasi terkait dari SKPD menyebabkan banyak masyarakat tidak mengetahui mengenai program-program kerja Pemkot Bandung. Akibatnya, masyarakat menjadi tidak paham bagaimana tugas dan fungsi Pemkot Bandung. Hal ini pun berpengaruh pada terbentuknya persepsi dan citra Pemkot Bandung itu sendiri karena persepsi seseorang terhadap sesuatu didasari atas apa yang mereka ketahui atau apa yang mereka kira.

Bandung Menjawab merupakan sebuah kegiatan *public relations* yang digagas oleh Pemerintah Kota Bandung melalui Bidang Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bandung. Kegiatan ini mendukung keterbukaan informasi sekaligus bagian dari upaya memangkas birokrasi dalam rangka memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat. Kegiatan Bandung Menjawab ini merupakan salah satu bentuk kegiatan *media relations* Pemkot Bandung dengan publik sasarannya yaitu media massa.

Kegiatan Bandung Menjawab merupakan bentuk jumpa pers bersama wartawan dengan pola menghadirkan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kota Bandung secara bergiliran, termasuk aparatur pemerintahan hingga tingkat kecamatan. Melalui kegiatan ini, berbagai keluhan masyarakat yang diterima oleh kalangan media bisa langsung ditanyakan kepada SKPD bersangkutan termasuk sosialisasi program Pemkot Bandung melalui SKPD sebagai pelaksana teknis.

Bandung Menjawab merupakan sebuah kegiatan yang dilatarbelakangi oleh sulitnya para wartawan untuk mendapatkan ataupun mengakses informan, yakni SKPD Kota Bandung. Terbatasnya akses kepada informan membuat media massa kesulitan untuk mendapatkan informasi hingga akhirnya media massa pun kesulitan untuk mengonfirmasi berita ataupun informasi kepada masyarakat.

Selain itu, Bandung Menjawab juga berguna dalam menjalin hubungan baik antara pemerintah dengan media massa. Media massa memiliki peranan yang sangat penting bagi masyarakat. Perkembangan teknologi memungkinkan informasi dapat diterima secara cepat. Hal ini pun berdampak

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

bagi sebuah organisasi karena organisasi membutuhkan media untuk menyampaikan pesan kepada publik yang luas, secara cepat, dan dalam jumlah banyak. Media massa secara universal memiliki empat fungsi, yakni fungsi menyiarkan informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur, dan fungsi memengaruhi.

Wali Kota Bandung, M. Ridwan Kamil menjelaskan bahwa keterbukaan informasi menjadi sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan publik. Maka dari itu, terkait kegiatan Bandung Menjawab ia mengatakan agar Bandung Menjawab terus berlanjut, agar seluruh informasi mengenai Pemkot Bandung disampaikan secara jelas terperinci. Intinya kita sebagai pemerintah harus transparan memberikan informasi, tujuannya memberikan kemudahan dan menjadikan warga percaya terhadap kita (Bale Bandung, 2016).

Kegiatan Bandung Menjawab begitu diminati baik oleh SKPD Kota Bandung sebagai pemateri maupun oleh media massa. Hal tersebut dibuktikan dengan sebuah penghargaan dari ajang PR Indonesia Award 2018 yang diraih oleh Humas Setda Kota Bandung melalui kegiatan Bandung Menjawab. Kegiatan Bandung Menjawab memenangkan penghargaan tersebut dari kategori *Government* PR. Humas Kota Bandung dianggap mampu menampilkan Kegiatan Bandung Menjawab sebagai kegiatan humas pemerintah yang mampu menjadi wadah bagi para *stakeholders* untuk bertemu dan memberikan dampak positif bagi citra Kota Bandung.

Kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Pemkot Bandung ini pun menarik perhatian peneliti, bagaimana proses yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung dalam kegiatan Bandung Menjawab, mulai dari perencanaan hingga evaluasi karena kegiatan ini dianggap efektif dan mendapatkan respon positif dari berbagai pihak sehingga rutin dilaksanakan hingga saat ini. Peneliti ingin mengetahui bagaimana keberhasilan kegiatan ini dilihat dari faktor proses karena tidak dapat dipungkiri bahwa banyak pihak yang sebelumnya kurang bahkan tidak mendapatkan sosialiasasi mengenai program-program kerja pemerintah. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan rumusan kebutuhan dan gambaran proses *media relations* dalam kegiatan Bandung Menjawab khususnya bagi institusi pemerintahan yang bersinggungan langsung dengan media massa. Kemudian penelitian ini akan menguraikan bentuk komunikasi instansi dengan media dalam upaya membangun relasi yang saling menguntungkan dan bersifat berkelanjutan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana proses *media relations* pada kegiatan Bandung Menjawab, mulai dari tahap perencanaan, tahap implementasi, hingga tahap evaluasi sebagai upaya Pemkot Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan media massa. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan, menjelaskan, dan menganalisis bagaimana kegiatan Bandung Menjawab yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung.

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis data kualitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, atuaupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2009:54).

Penelitian deskriptif hanya memaparkan suatu situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari suatu hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Ardianto, 2010:49). Dalam metode deskriptif, peneliti bisa saja membandingkan fenomena-fenomena tertentu sehingga merupakan suatu studi komparatif. Ada kalanya peneliti mengadakan klarifikasi, serta penelitian terhadap fenomena-fenomena dengan menetapkan suatu standar atau suatu norma tertentu sehingga banyak ahli menamakan metode deskriptif ini dengan nama survei normatif. Dengan metode deskriptif ini juga diselidiki kedudukan fenomena atau faktor dan melihat hubungan antara satu faktor dengan faktor yang lain.

Metode deskriptif juga mempelajari norma-norma atau standar-standar, sehingga penelitian deskriptif ini disebut survei normatif. Dalam metode deskriptif dapat diteliti masalah normatif bersama-sama dengan masalah status dan sekaligus membuat perbandingan-perbandingan antar fenomena. Studi demikian dinamakan secara umum sebagai studi atau penelitian deskriptif. Perspektif waktu yang dijangkau dalam penelitian deskriptif adalah waktu sekarang, atau sekurang-kurangnya waktu yang masih terjangkau dalam ingatan responden (Nazir, 2009:55).

Subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dalam kegiatan Bandung Menjawab mulai dari tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi, yakni Kepala Bagian Humas Setda Kota Bandung, Kepala Subbagian Kemitraan Media dan Publikasi Humas Setda Kota Bandung, dan Analis Media dan Jurnalistik Bagian Humas Setda Kota Bandung. Objek dalam penelitian ini adalah Pemerintah Kota Bandung.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan model analisis Miles dan Huberman yang sering disebut metode analisis data interaktif. Mereka mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Terdapat tiga tahap dalam analisis ini, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian yang meliputi pengumpulan data ini dilakukan di Kantor Humas Setda Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Wastukencana No. 2,

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Bandung, Jawa Barat 40117. Penelitian ini dilakukan sejak Maret hingga Juli 2018.

KESIMPULAN

Perencanaan kegiatan Bandung Menjawab yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung diawali dengan tahap perumusan masalah. Wali Kota Bandung, M. Ridwan Kamil menilai masih banyak program-program Pemkot Bandung yang tidak tersosialisasi kepada masyarakat Kota Bandung karena kurang terekspos oleh media massa. Berita yang beredar di media massa pun seringkali bernilai negatif karena tidak terkonfirmasi oleh SKPD Kota Bandung. Maka dari itu Wali Kota Bandung meminta Humas Setda Kota Bandung untuk merancang sebuah kegiatan yang dapat menjadi wadah bagi SKPD Kota Bandung dan media massa untuk saling memberi dan menerima informasi. Kegiatan Bandung Menjawab bertujuan untuk menjalin hubungan baik antara Pemerintah Kota Bandung dengan media massa.

Implementasi kegiatan Bandung Menjawab berjalan sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan dalam tahap perencanaan. Komunikasi dan koordinasi selama kegiatan Bandung Menjawab bersifat dua arah dan satu jalur. Tim Bandung Menjawab melakukan masing-masing tugasnya dengan baik, termasuk mengundang SKPD Kota Bandung sebagai pemateri dan media massa. Pesan tidak disampaikan langsung oleh tim Bandung Menjawab, melainkan disampaikan oleh pemateri yang berupa informasi selama kegiatan Bandung Menjawab, namun terkadang masih ada pemateri yang tidak bisa menyampaikan dan mengemas isi pesannya dengan jelas dan baik. Selama kegiatan Bandung Menjawab berlangsung dilakukan pengontrolan dan pengawasan yang juga akan berguna pada saat evaluasi kegiatan.

Evaluasi kegiatan Bandung Menjawab dilakukan secara rutin oleh tim Bandung Menjawab yang meliputi evaluasi implementasi kegiatan dan evaluasi hasil kegiatan. Adapun aspek-aspek yang dijadikan pembahasan dalam evaluasi implementasi kegiatan, yaitu evaluasi host, pemateri, dan kendala yang dihadapi selama pelaksanaan. Evaluasi hasil dilakukan dengan cara media monitoring, baik pada media cetak maupun media daring.

Agar kegiatan Bandung Menjawab bisa berjalan lebih baik lagi alangkah baiknya pada tahap perencanaan kegiatan Bandung Menjawab, tim Bandung Menjawab sebaiknya memperkuat *fact finding* untuk mengetahui isu-isu apa saja yang dibutuhkan oleh media massa. Selain itu, tim Bandung Menjawab sebaiknya memberikan arahan kepada pemateri sebelum kegiatan Bandung Menjawab agar dapat menyampaikan isi pesannya dengan jelas dan sederhana.

Pada tahap implementasi kegiatan Bandung Menjawab, sebaiknya melakukan pertimbangan dengan kriteria 4K dan prinsip 7C program PR, khususnya aspek kredibilitas, konteks, konten, dan kejelasan. Pada tahap evaluasi kegiatan Bandung Menjawab, sebaiknya tim Bandung Menjawab melakukan penelitian survei secara kuantitatif dan survei sikap secara mendalam secara kualitatif guna mengukur hasil dan

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

dampak komunikasi untuk mengetahui apakah pesan dan materi komunikasi yang disebarluaskan dari kegiatan Bandung Menjawab mengakibatkan terjadinya perubahan pendapat, sikap dan atau perilaku pada khalayak sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian Untuk Public relations Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

_____. (2011). *Handbook of PR.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Cutlip, S. M. (2006). *Effective Public Relations.* Jakarta: Kencana.

Iriantara, Y. (2008). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Jefkins, F. (2004). *Public Relations.* Jakarta: Erlangga.

Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sihombing, S. (2006). *Panduan Publikasi Perusahaan.* Jakarta: PT. Gramedia.

INTERNET

Bale Bandung. (2016). *Bandung Menjawab.* [internet] tersedia melalui: http://www.balebandung.com/tag/bandung-menjawab/

Pemkot Bandung, (2017). *RPJMD Kota Bandung*. [internet] tersedia melalui: https://portal.bandung.go.id/storage/media/daily/2017/08/14/q2b4urusan%20wajib.pdf