

PROSES MEDIA RELATIONS HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN BANDUNG

MOCHAMAD FAUZI IMAWAN, ERIYANTI NURMALA DEWI
fauziimawan3@gmail.com, eriyanti.dewi2021@gmail.com

Abstrak

Hubungan Masyarakat (Humas) Sekretariat Daerah (Setda) Pemerintah Kabupaten Bandung dalam masa pandemic COVID-19 tetap melaksanakan kegiatan media relations. Kegiatan media relations tersebut dilakukan untuk membuka peluang lebih besar terpublikasikannya berbagai program kegiatan penanganan COVID-19 yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Bandung. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses media relations Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung. Penelitian ini kemudian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus. Subjek informan berjumlah 3 orang yang dipilih secara purposif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis data berdasarkan model interaktif dari Miles & Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji validitas data dilakukan melalui teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan media relations Humas Setda Kabupaten Bandung menunjukkan adanya mapping pada kegiatan dan media yang akan dilibakan Humas dalam kegiatan media relations. Implementasi media relations tersebut terlihat melalui beberapa kegiatan seperti adanya press release, press conference, penyediaan narasumber untuk di wawancara, press tour, dan pengadaan media center. Evaluasi atas media relations dilakukan dengan melakukan penilaian atas pemberitaan di media massa dan media sosial dalam laporan mingguan dan bulanan dengan melakukan kategorisasi pemberitaan negatif, positif, dan netral. Hal-hal yang dievaluasi Humas yakni berkaitan dengan frekuensi pemberitaan, kesesuaian pemberitaan media, serta pandangan dan opini publik berupa feedback positif atau negatif dari masyarakat atas pemberitaan media. Evaluasi menunjukkan adanya kendala pelaksanaan media relations di lapangan, yakni kurangnya respon dinas atau OPD dalam menyampaikan data.

Kata Kunci: Public Relations, media relations, pers, COVID-19.

Pendahuluan

Data sebaran COVID-19 hingga 20 Mei 2021 menunjukkan Indonesia masih berkuat dengan penyebaran COVID-19, meskipun saat ini program vaksinasi COVID-19 telah berjalan dan terus dilakukan sebagai salah satu cara dalam meredam sebaran COVID-19 di Indonesia. Pada dasarnya belum terdapat penyembuhan yang dinilai paling tepat 100% dan menjadi satu-satunya cara dalam menghentikan penyebaran COVID-19.

Pencegahan sepanjang ini merupakan langkah terbaik dalam upaya mengurangi penyebaran COVID-19. Dalam upaya untuk menekan penyebaran COVID-19 kemudian dilakukan melalui tahapan standar kesehatan yang menurut Gennaro et al. (2020: 2) dilakukan dengan memakai masker, menutupi mulut ketika batuk atau bersin, cuci tangan secara tertib dengan sabun ataupun *hand sanitizer* yang memiliki paling sedikit kandungan 60% alkohol, menjaga kontak dengan orang yang terinfeksi, menjaga jarak.

Melihat penyebaran COVID-19 yang masih ada, pemerintah Indonesia selalu menyerukan ajakan untuk menerapkan kebiasaan baru (*new normal*) bersandar pada rekomendasi WHO dalam memutuskan penularan COVID-19. Upaya pelaksanaan kebijakan menyesuaikan *new normal* utamanya dapat meminimalisir perpindahan virus secara langsung ataupun tidak melalui penerapan kebiasaan baru (Purnama & Susanna, 2020:7). Kebijakan *social distancing* kemudian dinilai menjadi cara paling efektif dalam menekan penyebaran COVID-19 mengingat belum terdapatnya vaksin yang dinilai dapat jawaban kepastiaan 100% atas penyelesaian COVID-19 di dunia

(Gennaro et al., 2020:2).

Vaksinasi sebagai bagian dari upaya untuk menekan penyebaran COVID-19 terus dilakukan pemerintah Indonesia, serta bagian pentingnya dalam upaya mencegah penyebaran COVID-19 dengan upaya menerapkan kebiasaan baru (*new normal*). Pemerintah Indonesia pusat di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo kemudian membentuk Satuan Tugas (Satuan Tugas) penanganan COVID-19. Di mana Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 kemudian dibentuk di dalamnya dan melibatkan para pemimpin daerah sebagai kepala yang membawahi penanganan di masing-masing daerah kepemimpinannya. Sebagai upaya untuk menerapkan kebijakan Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 di masing-masing daerah kemudian membuat program penanganan COVID-19 yang berkordinasi dengan Pusat.

Pentingnya pemberitaan COVID-19 bagi media juga bagi pemerintah menunjukkan pentingnya berita kesehatan dari peliputan berita, dan media berita adalah sumber penting informasi kesehatan bagi publik di mana kebijakan pemerintah ada di dalamnya (Chang dalam Basnyat & Lee, 2014: 944). Atas dasar hal itu pula segala bentuk penerapan kebijakan penanganan COVID-19 yang dilakukan pemerintah Kabupaten Bandung pun kemudian memerlukan publisitas dari media. Publisitas media pada berbagai informasi mengenai penerapan kebijakan pemerintah Kabupaten Bandung dapat memberikan informasi bagi masyarakat mengenai hal-hal apa saja yang telah dilakukan Pemerintah Kabupaten Bandung dan komitmennya dalam

menekan penyebaran COVID-19.

Humas (Hubungan Masyarakat) Sekretariat Daerah (Setda) Pemerintah Kabupaten Bandung kemudian ditempatkan sebagai pihak yang memiliki fungsi dalam upaya Pemerintah Kabupaten Bandung mendapatkan publisitas media atas berbagai pemberitaan terkait kebijakan penanganan COVID-19 di Kabupaten Bandung. Publisitas. Media dapat menjadi agen publisitas yang dibutuhkan pemerintah Kabupaten Bandung untuk memberikan informasi-informasi terkait implementasi kebijakan dalam menekan penyebaran COVID-19. Upaya mendapatkan publisitas media ini kemudian dapat dibangun melalui media relations (hubungan media) yang baik antara Pemerintah dengan pihak media. Media relation menjadi kegiatan yang dimanfaatkan Humas dalam menjalankan hubungan baik dengan media atas dasar membuka peluang dalam penyebaran informasi positif bagi publik. Melalui media relations, Humas memiliki peluang untuk mendapatkan publisitas berupa ruang dalam pemberitaan media karena adanya jalinan hubungan baik dengan pihak media sebagaimana diungkapkan Jefkins (dalam Soemirat & Ardianto, 2007: 122) bahwa media relations membuka kesempatan untuk memperoleh pemuatan berita secara maksimal tentang informasi-informasi yang sesuai dengan harapan organisasi guna menciptakan pemahaman publik.

Media relations merupakan salah satu bentuk kegiatan Humas Setda Kabupaten Bandung yang dilakukan dengan menjalin hubungan dengan pihak media massa. Media relations dilakukan untuk membangun hubungan baik dengan media yang pada akhirnya akan membuka peluang lebih besar untuk

mempublikasikan berbagai program kegiatan penanganan COVID-19 yang dilakukan pemerintah.

Publisitas media yang baik mengenai penanganan COVID-19 tentu akan mendorong pemahaman publik yang lebih baik juga dalam menilai berbagai kebijakan penanganan COVID-19 yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Bandung. Program media relations yang dilakukan Humas Setda Kabupaten Bandung dilakukan melalui produksi press release yang dikirimkan kepada pihak media maupun dipublikasikan melalui website pribadi Pemerintah Kabupaten Bandung, penyediaan media center, penyediaan narasumber untuk wawancara, press conference, dan berbagai kegiatan lainnya yang akan dikupas lebih dalam melalui penelitian ini.

Berbagai program kegiatan media relations yang dilakukan Humas Setda Kabupaten Bandung berupaya untuk dapat membangun hubungan baik dengan pihak media. Pada akhirnya hubungan baik dengan media ini diharapkan dapat membuka peluang lebih besar bagi Pemerintah Kabupaten Bandung untuk mendapatkan publisitas pemberitaan media yang dapat mendorong transparansi dan pemahaman publik yang lebih baik terkait dengan kebijakan penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung. Permasalahan kemudian timbul ketika pemberitaan media massa yang bersifat publisitas ini tidak dapat dikontrol. Publisitas media tidak selayaknya layaknya iklan berbayar, tetapi menempatkan news value (nilai berita) tinggi sebagai modal media untuk mengangkat pemberitaan agar layak tayang sebagaimana diungkapkan Cutlip et al. (2007: 12) bahwa metode penempatan pesan di media massa dalam bentuk publisitas adalah tidak bisa

dikontrol (uncontrolled) sebab sumber informasi tidak memberikan bayaran pada media untuk memuat informasi tersebut.

Kegiatan media relations yang dilakukan Humas Setda Kabupaten Bandung pada akhirnya bertujuan untuk mendapatkan publisitas positif mengenai kinerja Pemerintah Kabupaten Bandung dalam menangani COVID-19. Publisitas media juga dibutuhkan Pemerintah Kabupaten Bandung guna mendapatkan pemberitaan di media massa, tetapi pihak media juga memerlukan sumber pemberitaan. Tentu ada simbiosis mutualisme yang dihasilkan dari publisitas media karena Pemerintah Kabupaten Bandung memerlukan pemberitaan dan media membutuhkan sumber berita. Sifat publisitas media yang tidak dapat dikontrol menjadikan Humas Setda Kabupaten Bandung perlu memanfaatkan media relations sebaik mungkin sebagai sarana untuk dapat memahami dan memenuhi kebutuhan media.

Media relations kemudian dapat menjadi jembatan dalam memberikan pemahaman-pemahaman positif mengenai keberadaan Pemerintah Kabupaten Bandung dan fungsinya bagi publik, di mana jalinan hubungan yang baik dengan pers juga akan memberikan kesempatan yang lebih besar bagi Pemerintah Kabupaten Bandung untuk mendapatkan publisitas positif terkait kebijakan penanganan COVID-19. Akhirnya media relations memberikan peluang bagi Humas Setda Kabupaten Bandung untuk sedikitnya mengontrol pembentukan opini publik pada pemberitaan media dengan adanya hubungan baik dengan pihak media yang menurut Iriantara (2011: 46) diterapkan melalui langkah-langkah strategi yang mencakup perencanaan, implementasi,

dan evaluasi.

Untuk mengetahui bagaimana proses media relations yang dilakukan oleh Humas Setda Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 Pemerintah Kabupaten Bandung, maka penelitian ini mengangkat judul "Proses Media Relations Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung dalam Mempublikasikan Program Penanganan COVID-19 Pemerintah Kabupaten Bandung."

Metode

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menjadikan kualitatif sebagai pendekatan penelitian yang dilakukan dengan mengamati orang-orang yang terlibat dalam fenomena penelitian untuk memahami dan mempelajari permasalahannya. Penelitian ini berlokasi di kantor Pemerintah Kabupaten Bandung bagian Humas Sekretariat Daerah yang beralamat di Jl. Raya Soreang KM. 17 Soreang, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

Teknik pengumpulan dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara yaitu wawancara, observasi, dan studi literatur. Teknis analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification.

Pembahasan

1. Perencanaan Media Relations Humas Setda Kabupaten Bandung

Perencanaan media relations Humas Setda Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan

COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung diamati dengan mempelajari terlebih dahulu mengenai pihak mana yang berkewenangan dalam melakukan perencanaan. Perencanaan pada dasarnya sebagai tindakan yang dilakukan untuk memikirkan berbagai kemungkinan dalam pelaksanaan program kerja dengan menjadikan berbagai informasi internal dan eksternal sebagai bagian penting dalam merencanakan program media relations sebagaimana diungkapkan Iriantara (2011: 47) bahwa dalam kegiatan perencanaan biasanya diperhitungkan tindakan yang akan dilakukan dan sumber daya yang diperlukan seperti sumber daya manusia dan sumber daya finansial. Itu sebabnya dalam perencanaan, selain diperhitungkan aspek-aspek internal organisasi juga diperhitungkan aspek-aspek eksternal organisasi.

Perencanaan ini merupakan tahap awal dari serangkaian berbagai kegiatan media relations yang dilakukan Humas Setda Kabupaten Bandung sehingga penting untuk memahami siapa atau bagian kerja mana yang memiliki tanggung jawab dalam perencanaan media relations. Penanggung jawab program media relations Humas Setda Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung yakni mengacu pada Kepala Bagian (Kabag) Humas dan Protokol. Secara struktur organisasi, Kabag Humas dan Protokol Setda Kabupaten Bandung bertanggung jawab pada Sekretariat Daerah (Sekda) yang akan meneruskan informasinya langsung pada Bupati. Kabag Humas dan Protokol ini kemudian melimpahkan perencanaannya pada subbagian di bawahnya sebagaimana diungkapkan informan bahwa pihak yang melakukan

perencanaan dalam kegiatan media relations Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 yaitu: "Kami yang berada di seksi Hubungan Antar Media, subbagian Publikasi dan Pemberitaan yang bertanggung jawab pada Kabag Humas dan Protokol Setda Kabupaten Bandung." (Keterangan wawancara Staf Humas Subbag Komunikasi Pimpinan Setda Kabupaten Bandung Novita N. Priatna, 5 Oktober 2022).

Kabag Humas dan Protokol Setda Kabupaten Bandung mempertanggung jawabkan kinerjanya secara tidak langsung pada Bupati melalui kordinasi dengan Setda Kabupaten Bandung terlebih dahulu. Segala bentuk perencanaan yang dirumuskan subbagian Publikasi dan Pemberitaan kemudian perlu diinformasikan pada Kabag Humas dan Protokol yang memiliki kewenangan untuk menetapkan berbagai perencanaan kegiatan media relations di lapangan yang didiskusikan dengan Kepala Subbagian (Kasubbag). Segala bentuk perencanaan yang dibuat pun kemudian perlu diinformasikan pada Sekda untuk mendapatkan ijin atas pelaksanaan perencanaan di lapangan nantinya. Pihak yang direncanakan untuk berada di lapangan sebagai pelaksana kegiatan media relations Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19?

Kegiatan media relations yang dilakukan Setda Kabupaten Bandung, merupakan tanggungjawab langsung dari Bagian Humas dan protokoler yang membawahi Subbagian Publikasi dan Pemberitaan. Staf Publikasi dan Pemberitaan inilah yang akan ditempatkan di lapangan (Keterangan wawancara Staf Humas Subbag Komunikasi Pimpinan

Setda Kabupaten Bandung Novita N. Priatna, 5 Oktober 2022).

2. Implementasi Media Relations

Humas Setda Kabupaten Bandung

Implementasi media relations Humas Setda Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung akan memberikan gambaran mengenai penerapan perencanaan di lapangan. Implementasi kemudian menjadi rangkaian tindakan dari proses media relations yang telah direncanakan Humas yang diaplikasikan dengan menerapkan beberapa kebutuhan sebagaimana diungkapkan Iriantara (2011: 63) bahwa pada dasarnya implementasi rencana itu akan melibatkan sumber daya manusia, keselarasan metode serta teknik yang digunakan. Ringkasnya berkaitan dengan siapa, bagaimana, dan apa. Berkaitan dengan sumber daya manusia, tentu ada sebuah tim kerja yang memiliki anggota dengan pembagian tugas yang jelas untuk masing-masing orang. Berkaitan dengan metode kerja, yaitu cara yang paling efektif untuk mencapai tujuan dengan serangkaian tugas dan pekerjaan yang perlu dilaksanakan. Sedangkan bentuk kerja, tidak lain adalah program/kegiatan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan tertentu. Hal penting dari implementasi dalam proses media relations yang dilakukan Humas berkenaan dengan pentingnya monitoring sebagai bentuk kontrol dengan mengumpulkan informasi mengenai pelaksanaan program kerja.

Implementasi media relations Humas Setda Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung dapat dipelajari terlebih dahulu dengan memahami penanggung jawab

program di lapangan. Penanggung jawab program media relations Humas Setda Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung. Penanggung jawab kegiatan media relations Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 di lapangan kemudian disebutkan informan: "Jika terkait dengan media relations-nya saja itu tanggung jawab di lapangan ada di Kasubbag Publikasi dan Pemberitaan yang membawahi seksi Hubungan Antar Media di lapangan. (Keterangan wawancara Staf Humas Subbag Komunikasi Pimpinan Setda Kabupaten Bandung Novita N. Priatna, 5 Oktober 2022).

Kasubbag Publikasi dan Pemberitaan yang membawahi seksi Hubungan Antar Media menjadi pihak yang berperang langsung dalam penyelenggaraan kegiatan media relations Pemerintah Kabupaten Bandung di lapangan. Seluruh staf yang ada di bawah Kasubbag Publikasi dan Pemberitaan menjadi pihak yang dikerahkan sebagai personal dalam kegiatan media relations Pemerintah Kabupaten Bandung dalam penanganan COVID-19. Banyaknya personil yang dibutuhkan Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 kemudian disebutkan informan yaitu: "Kurang lebih Humas Setda Kabupaten Bandung Subbagian Publikasi dan Pemberitaan mempunyai personil sebanyak 18 orang yang terdiri dari fotografer, videografer, bagian pengolahan seperti videografer, video editor, content writer, dan content creator (Keterangan wawancara Staf Humas Subbag Komunikasi Pimpinan Setda

Kabupaten Bandung Novita N. Priatna, 5 Oktober 2022).

Pada pelaksanaannya kegiatan media relations Humas Setda Kabupaten Bandung utamanya difokuskan pada kegiatan produksi berita sendiri yang kemudian disiarkan melalui press release pada pihak media. Di samping juga tetap menyediakan kegiatan press conference melalui pembatasan dan juga penyiapan sumber narasumber untuk kepentingan wawancara yang dilakukan secara personal dengan pihak media sebagaimana diungkapkan informan mengenai beberapa kegiatan media relations yang dilakukan: "Biasanya kalau dengan media, kita mengadakan talkshow, mengenai program pemerintah atau upaya pemerintah yang sudah dilaksanakan dalam penanganan COVID-19. Ada juga bentuk press release, yang dibuat untuk dijadikan advetorial yang disebar di media cetak dan online. Adapun kita membuat grafis mengenai penanganan COVID-19 atau pun SOP mengenai COVID-19. Wawancara juga sering dilakukan dengan pimpinan dan kepala OPD terkait (Keterangan wawancara Staf Humas Subbag Komunikasi Pimpinan Setda Kabupaten Bandung Novita N. Priatna, 5 Oktober 2022).

3. Evaluasi Media Relations Humas

Setda Kabupaten Bandung

Evaluasi media relations Humas Setda Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung dapat dijadikan sebagai pijakan dalam melakukan penilaian atas kesesuaian perencanaan dan implementasi di lapangan. Di samping itu juga evaluasi dapat memberikan kebijakan baru mengenai kelanjutan program media relations yang

dilakukan, sebagaimana diungkapkan Lindenmann (dalam Iriantara, 2011: 67) bahwa evaluasi merupakan metode yang menentukan efektivitas program media relations dengan melakukan penilaian atas keselarasan program berdasarkan perencanaan dan implementasi yang dilakukan serta berbagai kendala yang dihadapi di dalamnya.

Hal pertama yang dilakukan dalam menilai evaluasi media relations Humas Setda Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung, dilakukan dengan mempelajari pihak mana yang memiliki tugas dalam melakukan evaluasi atas pelaksanaan berbagai kegiatan media relations. Pihak yang melakukan evaluasi dari rangkaian kegiatan media relations Humas Pemerintah Kabupaten Bandung dalam penanganan COVID-19 yakni merujuk pada Kasubag Peliputan dan Pemberitaan. Di lapangan Kasubag Peliputan dan Pemberitaan mendapatkan laporan dari seksi Hubungan Antar Media yang memiliki resume atas monitoring yang dilakukan pada pelaksanaan media relations sebagaimana diungkapkan informan: "Sebenarnya kalau media monitoring, kita yang melakukan evaluasi yaitu di bagian Hubungan Antar Media, di mana setiap pemberitaan media ada resume-nya. Monitoring itu nantinya jadi sumber informasi mengenai apa saja yang seharusnya dilakukan oleh pemerintah dari media monitoring itu, dan upaya-upaya pemerintah yang direkomendasikan (Keterangan wawancara Staf Humas Subbag Komunikasi Pimpinan Setda Kabupaten Bandung Novita N. Priatna, 5 Oktober 2022).

Penyediaan data evaluasi pemberitaan dilakukan oleh Hubungan Antar Medi

yang merupakan staff Bagian Peliputan dan Pemberitaan atas pemberitaan di media massa dan media sosial dalam laporan mingguan dan bulanan. Bukan hanya pihak internal, pihak eksternal juga dilibatkan dalam pengumpulan data informasi yang digunakan sebagai sumber evaluasi bagi Kasubbag Peliputan dan Pemberitaan. Pihak evaluator eksternal pun dilibatkan guna melakukan penilaian pada kegiatan media relation Pemerintah Kabupaten Bandung sebagai analis profesional yang memahami data tentang opini publik yang terbentuk di publik karena pemberitaan media massa dan media sosial sebagaimana diungkapkan informan:

Kita menggunakan pihak ke tiga yaitu, PT. Binokular Media Utama yang menghimpun berita mengenai Kabupaten Bandung atau pun pimpinan dari berbagai media yang setiap hari-nya dimonitor dan dirangkum, baik berita positif, berita negatif, dan berita netralnya (Keterangan wawancara Staf Humas Subbag Komunikasi Pimpinan Setda Kabupaten Bandung Novita N. Priatna, 5 Oktober 2022).

Simpulan

Poin-poin penting dari proses media relations Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 Pemerintah Kabupaten Bandung sebagai berikut:

1. Perencanaan media relations Humas Setda Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung menunjukkan bahwa alokasi anggaran yang direncanakan untuk

kegiatan media relations, sebesar 350 juta rupiah untuk keperluan publikasi kemudian dialokasikan pada program penanganan COVID-19. Di tengah keterbatasan gerak karena protokol COVID-19 dan keterbatasan anggaran, Humas Pemerintah Kabupaten Bandung tetap melakukan kegiatan media relations dengan mereduksi kegiatan-kegiatan yang berpotensi membawa kerumunan. Perencanaan ini juga berisi tentang mapping pada kegiatan dan media yang elah bekerjasama dan terdaftar dalam catatan Humas.

2. Implementasi media relations Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung dilakukan melalui beberapa kegiatan seperti: Press release, press conference, penyediaan narasumber untuk di wawancara, press tour, dan pengadaan media center. Media yang dilibatkan dalam media relations berdasarkan mapping Humas dan tercatat di dewan pers seperti Pikiran Rakyat, Tribun Jabar, Pikiran Rakyat online, RRI dan TVRI. Monitoring Humas dilakukan dengan mengamati pemberitaan di media massa maupun media sosial dengan melibatkan PT. Binokular Media Utama sebagai analis analis eksternal yang memiliki kemampuan untuk membaca dan menganalisa pemberitaan.
3. Evaluasi media relations Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung dalam mempublikasikan program penanganan COVID-19 oleh Pemerintah Kabupaten Bandung dilakukan melalui penyediaan data pemberitaan oleh staff Bagian

Peliputan dan Pemberitaan dan juga data dari pihak eksternal yakni PT. Binokular Media Utama selaku analis eskternal. Evaluasi atas pemberitaan di media massa dan media sosial dalam laporan mingguan dan bulanan dengan melakukan kategorisasi pemberitaan negatif, positif, dan netral. Hal-hal yang dievaluasi Humas yakni berkaitan dengan frekuensi pemberitaan,

kesesuaian pemberitaan media, serta pandangan dan opini publik berupa feedback positif atau negatif dari masyarakat atas pemberitaan media. Evaluasi menunjukkan adanya kendala pelaksanaan media relations di lapangan, yakni kurangnya respon dinas atau OPD dalam menyampaikan data.

Daftar Pustaka

- Ardianto, E. (2013). *Hanbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Balkhair, A. A. (2020). COVID-19 Pandemic: A New Chapter in the History of Infectious Diseases. *Oman Medical Journal*, Vol. 35, No. 2, March 2020, pp. 1-2.
- Basnyat, I & Lee, S. (2014). Framing of Influenza A (H1N1) Pandemic in A Singaporean Newspaper. *Health Promotion International*, Vol. 30 No. 4, May 2014, Pp. 942-953.
- Bungin, B. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (Cetakan kesembilan). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2007). *Effective Public Relations: Edisi Kesembilan* (terj. Tri Wibowo, cetakan kedua). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Febriyansyah, A. F., Christin, M., & Imran, A. I. (2016). Strategi Media Relations PT Pelabuhan Tanjung Priok dan Menanggapi Krisis. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 4, No. 2, Desember 2016, pp.229-242.
- Gennaro, F. D., Pizzol, D., Marotta, C., Antunes, M., Racalbutto, V., Veronese, N., & Smith, L. (2020). Coronavirus Diseases (COVID-19) Current Status and Future Perspectives: A Narrative Review. *International Journal Environmental Research and Public Health* 2020, Vol. 17, pp. 1-11.
- Hutapea. (2000). *Public Relations Sebagai Fungsi Manajemen*. Majalah Widya, Agustus 2000. No. 179 Tahun XVII.
- Iqbal, M. (2021). Kasus Corona Melonjak, Kabupaten Bandung Masuk Zona Merah COVID-19. Retrieve from <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5606880/kasus-corona-melonjak-kabupaten-bandung-masuk-zona-merah-covid-19>.
- Iriantara, Y. (2011). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jenkins, F. (2004). *Public Relations* (Edisi kelima, terj. Daniel Yadin). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kohut, A. But What Do the Polls Show? pp. 190-207 in Graber, D. A. & Norris, P. (2008). *The Politics of News: The News of Politics*. Washington D.C: CQ Media.
- Milibari, A. A. (2020). Current Situation of Coronavirus Disease: (COVID-19) Review Article. *Health Science Journal*, Sp. Iss 1: 005, pp. 1-4.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* (Cetakan kedua puluh sembilan).

- Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, A. (2009). *Komunikasi Organisasi* (Cetakan kesebelas). Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution. (2003). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasir, N. M., Baequni, B., & Nurmansyah, M. I. (2020). Misinformation Related To Covid-19 in Indonesia. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, Vol. 8, No. 1, Special Issue 2020, pp.51-59.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian* (cetakan kesembilan). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pace, W., & Faules, D. F. (2013). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Purnama, S. G., & Susanna, D. (2020). Hygiene and Sanitation Challenge for COVID-19 Prevention in Indonesia. *Kesmas: Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional (National Public Health Journal)*, Special Issue 1, pp. 6-13.
- Pusat Informasi dan Kordinasi COVID-19 Kabupaten Bandung. (2021). *Angka Kejadian COVID-19 di Kab. Bandung: Update Terakhir 22 Mei 2021, pukul 08:37 WIB*. Retrieve from <https://covid19.bandungkab.go.id/>
- Ramadhan, D. I. (2020). Ridwan Kamil: Kabupaten Bandung Dominasi Pelanggar Protokol Kesehatan. Retrieve from <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5158416/ridwan-kamil-kabupaten-bandung-dominasi-pelanggar-protokol-kesehatan>
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Satgas COVID-19. (2021). *Situasi COVID-19 di Indonesia Update 20 Mei 2021*. Retrieve from <https://covid19.go.id/>
- Soehartono, I. (2011). *Metode Penelitian Sosial: Suatu teknik Penelitian Bidang kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya* (cetakan kedelapan). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations* (Cetakan kelima). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sholikhah, F. S. (2016). *Strategi Media Relations PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk Meningkatkan Citra Perusahaan*. *Jurnal Komunikator*, Vol. 8, No. 2 November 2016, pp.93-111.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ketujuh belas). Bandung: Alfabeta.
- Wardhani, D. (2008). *Media relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yin, R. K. (2015). *Studi Kasus: Desain dan Metode* (Cetakan keempatbelas). Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Yuniarti, T., & Primasari, W. (2014). *Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam Upaya Penanganan Wartawan Tidak Resmi*. *Journal Communication Spectrum*, Vol. 3, No. 2, Agustus 2013-Januari 2014, pp.140-157.
- Yulianita, N. (2005). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Bandung.
- Sumber Lainnya:
Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah Tahun 2011.