

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era kompetisi ini masyarakat mulai sadar akan adanya isu-isu berita yang tersebar luas di media masa. Mereka mulai bersikap kritis dalam menyikapi pemberitaan yang tersebar di media utamanya adalah berita-berita yang menyangkut instansi pemerintahan. Kejaksaan merupakan salah satu instansi yang menjadi sorotan media.

Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah merupakan Kejaksaan di Ibukota Provinsi Jawa Tengah dengan wilayah hukum meliputi wilayah Provinsi Jawa Tengah yang membawahi 36 Kejaksaan Negeri. Kejaksaan merupakan Lembaga Pemerintahan yang melaksanakan kekuasaan negara di bidang penuntutan serta kewenangan berdasarkan undang-undang. Untuk itu, Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah mempunyai tanggung jawab dalam menegakkan supremasi hukum, melindungi kepentingan umum, penegakan hak asasi manusia, serta pemberantasan Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN).

Dalam perjalannya Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah pernah mendapat pemberitaan negatif di media masa. Seperti yang diberitakan oleh harian online tribun news.

Seorang jaksa dari Kejati Jawa Tengah, Fahri Nurmallo, telah resmi ditahan Komisi Pemberantasan Korupsi setelah menyerahkan diri. Ia ditetapkan tersangka atas kasus yang terjadi di Jawa Barat. Fahri ditangkap dan ditetapkan

tersangka oleh KPK atas kasus dugaan suap korupsi BPJS 2014 Subang di Pengadilan Tipikor Bandung. (<http://jateng.tribunnews.com/2016/04/13/jaksa-kejati-jateng-diperiksa-internal-sampai-dini-hari-kemudian-diantar-ke-kpk>)

Beberapa berita lain juga dimuat oleh harian beritaekspres.com, yaitu:

Kejaksaan Tinggi (Kejati) Jawa Tengah dinilai kurang tegas dalam menangani beberapa kasus lama yang cenderung dibiarkan tanpa memberi kepastian hukum kepada tersangkanya. Seperti halnya perkara dugaan penyelewengan dana hibah Pemerintah Provinsi (Pemprov) Jawa Tengah untuk Yayasan Kelenteng Sam Poo Kong Semarang 2011-2012, dengan tersangka Tutuk Kurniawan (TK). (<http://www.beritaekspres.com/2015/09/12/belum-ada-kepastian-hukum-kejati-jawa-tengah-dituding-tebang-pilih-tersangka-dana-hibah-bebas-berkeliaran/>)

Kasus-kasus korupsi dan pemberitaan negatif diatas yang menjerat nama Kejati mempengaruhi opini masyarakat yang sebelumnya menganggap bahwa Kejati Jateng merupakan institusi yang baik dalam penanganan kasus korupsi. Seperti diberitakan harian online suara merdeka.

Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah berhasil meraih juara tiga dalam penganugerahan Sidhakarya Kejaksaan RI tahun 2015. Kepala Pusat Penerangan Hukum (Kapus Penkum) Kejaksaan

RI, Amir Yanto mengungkapkan, berdasarkan surat keputusan jaksa agung (Kepja) nomor : Kep-203/a/ja/12/2015 tentang Penghargaan Sidhakarya tahun 2015, Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah menjadi Kejaksaan Tinggi terbaik tiga. Adapun juara satu dan dua adalah Kejaksaan Tinggi Kepulauan Riau, dan Kejaksaan Tinggi Sumatera Selatan. Perlu diketahui Kejati Jateng mendapat penghargaan atas cepatnya penanganan kasus korupsi yang ditangani. (berita.suaramerdeka.com/kajati-jawa-tengah-raih-juara-terbaik-tiga-anugrah-sidhakarya/)

Sebagai sebuah profesi seorang humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Kasus tersebut membuat kepercayaan publik akan Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah menjadi menurun. Humas Kejaksaan Tinggi dituntut untuk peka terhadap setiap kejadian yang terjadi di lingkungan Kejati. Seorang Humas hendaknya bersikap reaktif dengan memberikan respon dengan melakukan kegiatan kehumasan guna mengembalikan citra lembaganya.

Dalam masyarakat ada anggapan bahwa citra adalah segalanya. Hal ini tidak hanya berlaku bagi pribadi atau perorangan, namun juga institusi ataupun perusahaan. Pada perusahaan citra / image merupakan tujuan, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia kehumasan/public relations.

Salah satu jenis citra adalah citra perusahaan, jenis citra ini berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta dapat diterima oleh publiknya. Dalam hal ini pihak humas / PR berupaya bahkan ikut bertanggung jawab untuk mempertahankan citra perusahaan. Citra tersebut bisa dirasakan dari hasil penilaian baik ataupun buruk, seperti penerimaan anggapan, baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas.

Untuk mencapai citra positif yang diinginkan oleh Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah, humas berperan untuk membangun saling pengertian yang baik antara publik dengan perusahaan. Tugas dan fungsi utama pekerja humas, tidak terlepas dari bidang penyebaran pesan, informasi dan komunikasi mengenai kegiatan organisasi ataupun lembaga yang diwakilinya untuk disampaikan kepada komunikan(publik) sebagai sasaran atau targetnya. Tujuan dari kegiatan humas adalah membentuk itikad baik, menciptakan saling pengertian, saling menghargai, serta untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan, citra dan reputasi positif berdasarkan prinsip-prinsip hubungan harmonis, baik hubungan kedalam maupun keluar.

Adapun ruang lingkup tugas PR dalam sebuah organisasi/perusahaan (Ruslan, 2010:22) antara lain meliputi aktivitas komunikasi komunikasi. Aktivitas komunikasi yang perlu dilakukan :

- Membina hubungan ke dalam (publik internal).
Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari

unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

- Membina hubungan ke luar (publik eksternal).

Publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Bagi Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah, kegiatan humas dikatakan berhasil apabila humas berhasil menciptakan citra positif Kejaksaan dimata publiknya. Saling pengertian yang dibangun oleh PR juga dapat menjadi fondasi pencitraan yang baik bagi Kejaksaan.

Pencitraan yang baik dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki citra positif cenderung bertahan pada masa krisis, karena pencitraan yang baik dapat mengurangi pengaruh buruk yang ditimbulkan dari pemberitaan negatif secara signifikan. Selain itu juga mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal. Citra perusahaan dapat mempengaruhi sikap karyawan terhadap perusahaan. Karyawan yang bekerja di perusahaan dengan citra positif memiliki rasa bangga sehingga dapat memicu motivasi mereka untuk bekerja lebih produktif.

Kegiatan humas dalam suatu perusahaan dirasakan sangat penting, karena tugas pokok humas sehari-hari adalah menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, gambar (*visual*) kepada

publik. Tujuannya supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan.

Seiring berjalannya waktu, penyampaian pesan pada publik kini lebih menuntut pada kreativitas dalam mengambil hati masyarakat. Seorang praktisi humas melakukan tugas penyampaian informasi melalui media massa, baik cetak (koran, majalah, tabloid, poster, pamflet, dll) maupun siar (televisi, radio, video), namun sekarang kegiatan public relation justru lebih efektif dilakukan melalui internet mengingat jangkauan *audience* lebih luas serta pesan yang tersampaikan pada masyarakat juga lebih beragam dalam satu waktu.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta orang hingga tahun 2016 ini, provinsi Jawa Tengah merupakan pengguna internet terbesar ketiga di Indonesia, dengan jumlah mencapai 10,7 juta jiwa. Data APJII juga menunjukkan bahwa 85 persen dari total pengguna internet di Indonesia mengakses internet dengan menggunakan mobile phone atau telepon seluler. Melihat data tersebut sangat efektif jika humas menggunakan media online sebagai alat penyebar informasi karena mudah untuk diakses oleh khalayak luas sehingga memungkinkan informasi yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat luas dengan baik.

Beberapa hal yang dapat dilakukan humas melalui media online :

- Publikasi

Humas dapat melakukan publikasi tentang perusahaan tentang perusahaan tempat humas itu berkarya atau tentang produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan itu melalui internet.

- Mencari Informasi

Informasi tentang topik apapun dapat dicari dengan internet. Informasi yang disediakan oleh internet adalah informasi yang tak termakan oleh waktu dan paling up to date.

Dengan adanya internet, public relation dapat dilakukan secara online di dunia maya salah satunya melalui web page/website seperti yang dilakukan humas Kejati Jateng. Saat ini humas dituntut untuk memberikan informasi yang cepat, lengkap, dan selalu terupdate. Oleh Karena itu website dirasa sangat perlu guna membantu kegiatan yang dilakukan Humas dalam pengembalian citra positif. Berikut merupakan tampilan website Kejati.

Gambar 1.1 Kanal Website Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah



Sumber : *Website* Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah (www.kt-jateng.kejaksaan.go.id)

Melalui *website* Kejati ditampilkan berbagai macam menu salah satunya menu penanganan perkara baik perkara Tindak Pidana Umum (Pidum), Tindak Pidana Khusus (Pidsus), dan Perkara Perdata dan Tata Usaha Negara (Datun). Hal ini berguna untuk memberi informasi kepada publik atas kasus yang sedang ditangani oleh Kejaksaan tinggi. Selain itu, melalui *website* dapat ditampilkan informasi yang layak untuk diketahui masyarakat luas mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh seluruh pegawai Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah seperti contohnya kegiatan Jaksa Masuk Sekolah (JMS) dan penyuluhan tindak pidana korupsi ke beberapa instansi maupun ke sekolah-sekolah .

1.2 Rumusan Masalah

Kejaksaan merupakan salah satu institusi penegak hukum yang salah satu tugasnya yaitu untuk melakukan penegakan hukum di bidang Korupsi, Kolusi dan Nepotisme. Namun akhir-akhir ini terdapat kasus yang menjerat nama dari Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah. Kasus tersebut berkaitan dengan dugaan korupsi yang dilakukan oleh salah satu Kepala Seksi I di bidang Intelijen. Beberapa kasus lain yang turut menyeret nama kejaksaan tinggi antara lain kinerja Kejaksaan yang dianggap lamban.

Beberapa pemberitaan memuat berita tentang kejaksaan yang isinya menilai bahwa kinerja kejaksaan lamban dalam penanganan kasus korupsi dana hibah KONI tahun anggaran 2012/2013 (Kliping pers Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah, Kamis 3 Maret 2016). Dengan adanya berita tersebut citra Kejaksaan menjadi menurun di mata masyarakat dan mengurangi kredibilitas Kejaksaan.

Idealnya Humas yang berposisi di Divisi Intelijen Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah bersikap reaktif dengan merespon berita tersebut dan membuat pemberitaan yang positif guna memperbaiki citra lembaganya. Humas Kejati menggunakan berbagai media sebagai sarana publikasi, komunikasi, dan penyampaian informasi mengenai kasus-kasus kepada masyarakat luas, baik informasi mengenai kasus yang sudah selesai ditangani ataupun yang sedang berjalan. Penyampaian informasi instansi kepada masyarakat perlu dilaksanakan secara efektif dan optimal terkait dengan transparansi informasi. Salah satu media yang digunakan adalah media online yakni *website* Kejati dengan alamat situs www.kt-jateng.kejaksaan.go.id. Hal ini mengingat tingkat penggunaan media internet yang semakin luas dan karakteristik media internet yang memiliki aksesibilitas tinggi.

Namun demikian seperti halnya media lain, media online juga membutuhkan strategi pengelolaan yang baik untuk menunjang peran humas terutama dalam membangun citra positif

Berdasarkan di atas, maka masalah penelitian yang dapat dirumuskan dari penelitian ini adalah bagaimana peran divisi penkum dan humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah melalui website dalam membangun citra positif ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan peran divisi penkum dan humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah melalui *website* dalam membangun citra positif.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan pembelajaran dan pembekalan sekaligus menambah wawasan kalangan akademisi mengenai Peran humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah melalui website dalam membangun citra positif.

b. Praktis

Penelitian yang penulis lakukan diharapkan mampu memberikan sumbangan saran mengenai peranan humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah dalam website guna meningkatkan citra positif,serta menjadi bahan evaluasi bagi humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah.

c. Sosial

Sebagai bahan pembelajaran bagi masyarakat khususnya yang berada di lingkup daerah Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma

Paradigma secara luas dipandang sebagai seperangkat keyakinan mendasar, semacam pandangan dunia yang berfungsi untuk menuntun tindakan-tindakan manusia, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun karya ilmiah. Paradigma membatasi sekaligus memperluas objek, paradigma mengarahkan pada perumusan permasalahan dengan cara pemecahannya. (Kutha Ratna, 2010:37).

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dimana paradigma ini memandang bahwa realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Paradigma konstruktivis terbagi menjadi 4 dimensi menurut Dedy N Hidayat yaitu ontologis, epistemologis, aksiologis, metodologis.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan suatu realitas sosial yaitu strategi komunikasi penerangan hukum yang dilakukan oleh Humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah dalam upaya pembentukan citra.

1.5.3 State of the Art

No	Judul	Peneliti	Metodologi	Hasil Penelitian
1.	“Peran Humas Dalam	Evawan i Elysa Lubis	Kualitatif dengan metode	Peran humas pemerintah Humas Sekretariat

	Membentuk Citra Pemerintah”	(Tahun 2012)	penelitian deskriptif	<p>Daerah Provinsi Riau dalam membentuk citra positif Pemerintah masyarakat. Provinsi Riau dilaksanakan secara tidak langsung atau berada di balik layar, karena Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau memberikan informasi-informasi mengenai pembangunan Provinsi Riau cenderung satu arah melalui media massa. Hal ini menyebabkan citra positif yang ingin dibentuk oleh Humas. Sekretariat Daerah Provinsi Riau belum dapat terlaksana secara optimal, sehingga eksistensi Humas di mata publik sebagai lembaga pemerintah dalam menyebarkan informasi mengenai pembangunan tidak representatif dalam menampung aspirasi masyarakat.</p> <p>Media yang digunakan oleh Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau antara lain: media massa (pers), media</p>
--	-----------------------------	--------------	-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<p>luar ruang (baliho dan poster), pidato dan presentasi yang dibacakan pimpinan, website humas yaitu www.humasriau.com, publikasi khusus berupa buku saku Info Riau, Majalah Puan, surat-menyerat langsung yang disebarakan kepada instansi atau lembaga terkait, dan acara-acara khusus seperti Forum Koordinasi Kehumasan dan kegiatan wisata pers (press tour). Faktor penghambat Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dalam pembentukan citra positif Pemerintah Provinsi Riau antara lain faktor sumber daya manusia , kemudian faktor politis, struktur organisasi yang ada di Pemerintah Provinsi Riau yang menyebabkan keterbatasan wewenang sehingga menghambat kinerja humas yang optimal dan profesional, kurang memadainya infrastruktur, dan</p>
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<p>kurangnya koordinasi antara Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dengan humas-humas yang ada di lingkungan Pemerintah Provinsi Riau. Faktor pendukung aktivitas dalam pembentukan citra positif Pemerintah Provinsi Riau adalah Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau mendapat dana langsung dari APBD Provinsi Riau, kemudian adanya motivasi untuk meningkatkan sumber daya manusia baik di bidang pendidikan, keahlian, kualitas dan kuantitas dari pegawai Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau.</p>
2.	<p>“Aktivitas Humas Dalam Rangka Membangun Citra Partai Golongan</p>	<p>Tedi Eko Nurtanto, (Tahun 2009)</p>	<p>Kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif</p>	<p>aktivitas humas dalam rangka membangun citra Partai Golongan Karya (GOLKAR) ditangani oleh Badan Informasi dan Komunikasi (BIK) dan sekretariat. Proses kegiatan humas dilakukan melalui empat tahap yang diawali dengan penelitian, perencanaan, penggiatan, dan</p>

	Karya (GOLKAR”			evaluasi. Aktivitas humas sendiri meliputi sosialisasi perubahan pada partai, pembuatan jaringan kerja dan program aksi. Media yang digunakan dalam aktivitas humas adalah media cetak, media elektronik, website, bulletin.
3.	“Aktivitas Public Relations Mal Ciputra Seraya Pekanbaru dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan”	Sylvia Monani (Tahun 2014)	Kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif	PR Mal Ciputra berperan sebagai teknisi dan manajer. Peran teknisi dilihat mulai dari publikasi dan pembuatan event mal. Peran PR sebagai manajer terlihat dari penanganan kasus-kasus kecelakaan yang terjadi di Mal Ciputra. Public Relations Mal Ciputra juga memiliki fungsi sebagai communicator yaitu sebagai komunikator yang mewakili perusahaan untuk menyampaikan informasi dan komunikasi kepada publiknya. Aktivitas yang telah dilakukan oleh public relations Mal Ciputra dalam upaya meningkatkan citra perusahaan adalah : a) Internal

				<p>Relations, b) Eksternal Relations, c) Relationship Marketing, d) Media Relations, e) Promotions and Special Events, f) Publisitas, g) Sponsorship, h) Manajemen Krisis dan Manajemen Isu, dan i) Community Relations.</p> <p>Pelaksanaan aktivitas public relations Mal Ciputra Seraya Pekanbaru tersebut didukung oleh faktor-faktor yaitu adanya manajemen pengelolaan yang baik, pemanfaatan perkembangan IPTEK, SDM yang kreatif dan inovatif. Sedangkan yang menjadi faktor penghambatnya yaitu masih adanya tenant nakal dan terbatasnya fasilitas lokasi parkir, sewa dan pesaing.</p>
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Penelitian yang dilakukan oleh Evawani Elysa Lubis, dalam penelitian yang berjudul Peran Humas dalam Membentuk Citra Pemerintah, penelitian berfokus mengenai fungsi dari Humas Pemerintah Provinsi Riau, faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung serta hambatan dalam aktivitas Humas, Media yang digunakan dalam penyebaran informasi. Persamaan antara

penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan juga sama-sama meneliti tentang peran humas serta citra lembaga pemerintah. Sedangkan, perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, penelitian yang dilakukan oleh Evawani meneliti di Sekretariat Daerah Provinsi Riau sedangkan penelitian ini dilakukan di Kantor Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah Semarang.

Penelitian yang dilakukan Tedi Eko Nartanto (2009) dengan judul “Aktivitas Humas Dalam Rangka Membangun Citra Partai Golongan Karya (GOLKAR).” Tahun 2009. Dari hasil penelitian dapat dikemukakan bahwa aktivitas humas dalam rangka membangun citra Partai Golongan Karya (GOLKAR) ditangani oleh Badan Informasi dan Komunikasi (BIK) dan sekretariat. Proses kegiatan humas dilakukan melalui empat tahap yang diawali dengan penelitian, perencanaan, penggiatan, dan evaluasi. Aktivitas humas sendiri meliputi sosialisasi perubahan pada partai, pembuatan jaringan kerja dan program aksi. Media yang digunakan dalam aktivitas humas adalah media cetak, media elektronik, website, bulletin. persamaan penelitian adalah sama-sama melihat proses bagaimana dalam pembangunan citra pada lembaga pemerintahan. Sementara, perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Tedy lebih meneliti ke aktivitas yang dilakukan oleh humas pada Partai Golongan Karya (GOLKAR) yang ditangani oleh Badan Informasi dan Komunikasi (BIK) dan sekretariat. Sedangkan, penelitian ini meneliti peran humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Evawani Elysa Lubis, Namun demikian penelitian ini berbeda dalam hal objek yang diteliti dan terdapat

kebaruan penelitian dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini mengangkat tentang bagaimana peran humas dalam pengelolaan website. Penelitian ini lebih berfokus pada *tools* yang digunakan oleh pihak humas Kejati, *tools* dalam hal ini adalah *website*.

Public Relations

Menurut Scott M. Cutlip dalam Ruslan (2010:25) public relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya. Praktisi *Public Relations* memiliki peran vital dalam sebuah organisasi, dapat disimpulkan peran Humas sebagai jembatan antara organisasi dengan publiknya dengan tujuan untuk memperoleh saling pengertian (*mutual understanding*).

Boundary Spanning

Grunig dan Hunt dalam Soemirat (2011:87) mendefinisikan kaitan public relations sebagai boundary spanning atau yang sering disebut juga dengan boundary manager mendefinisikan bahwa seorang praktisi *public relations* dapat bertindak dapat bertindak berdasarkan apa yang disebut sebagai boundary spanning sebagai penjabat penghubung atau penyedia informasi yang diformalisasikan melalui saluran teknologi informasi (IT) canggih dengan model sistem informasi manajemen yang dikelola secara cepat, akurat, dan informatif. Selanjutnya public relations berfungsi

sebagai boundary spanner melalui pengelolaan informasi mengenai permasalahan di lingkungan eksternal atau internal organisasi dengan cara menghimpun, menyalurkan, dan hingga menyeleksi arus informasi terkini. Analisis secara tepat guna ke jajaran pemimpin puncak organisasi sebagai decision maker untuk menjadi dasar proses pembuatan suatu keputusan strategis demi kepentingan organisasi atau publiknya secara efektif dan tepat sasaran di masa mendatang.

Humas (*Public Relations*) memiliki fungsi sebagai penghubung antara organisasi dan lingkungannya. Fungsi ini disebut juga dengan Boundary Spanning. Melalui fungsi ini humas berhubungan dengan lingkungan organisasi untuk monitoring, seleksi dan menghimpun informasi. Kriyantono (2014:87) dalam bukunya menjabarkan tentang aktivitas melaksanakan fungsi Boundary Spanning :

1. Informasi Publik

Fungsi Informasi Publik merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menjelaskan informasi tentang organisasi kepada publiknya atau lingkungannya. Menginterpretasikan filosofi, kebijakan, program, dan apa yang dipikirkan manajemen dengan lebih mudah dimengerti oleh publiknya.

2. Monitoring Lingkungan

Memonitor lingkungan untuk mengetahui apa yang terjadi dan menginterpretasi isu-isu yang potensial memengaruhi aktivitas organisasi

serta membantu manajemen merespons isu-isu tersebut melalui isu manajemen.

3. Komunikasi Antara Publik dan Organisasi

Membangun sistem komunikasi dua arah dengan publiknya agar organisasi dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Sesuai dengan peran public relations yang merupakan fasilitator komunikasi.

Tujuan dari *boundary spanning* adalah menciptakan saling pengertian (*mutual understanding*) antara organisasi dengan publik terkait, baik internal maupun eksternal. Saling pengertian ini yang nantinya akan menimbulkan pendapat dan anggapan masyarakat tentang sebuah intitusi.

Menurut Cutlip dan Center dalam Ruslan (2010:90) proses *public relations* dalam pendekatan boundary spanner terdiri dari beberapa langkah, yaitu “fact finding, planning, commications, dan evaluation.”

1. Fact finding adalah mencari dan mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan tindakan. Misalnya public relations sebelum melakukan suatu kegiatan harus terlebih dahulu mengetahui, misalnya : apa yang diperlukan publik, siapa saja yang termasuk publik, bagaimana keadaan publik dipandang dari beberapa faktor.
2. Planning adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai macam masalah itu.
3. Communicating adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta atau data sebelumnya, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.

4. Evaluation adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Evaluasi itu dapat dilakukan secara kontinyu. Hasil evaluasi ini menjadi dasar kegiatan public relations berikutnya

1.6 Operasionalisasi Konsep

Public Relations

Definisi humas atau Public Relations menurut (British) Institute of Public Relations (Jefkins, 2013:9) adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Selain itu The Mexican Statement (dalam Jefkins, 2013:9) mengungkapkan PR adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial yang menganalisa berbagai kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekuensinya, memberi masukan dan saran saran kepada pimpinan organisasi, serta menerapkan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayak.

Dari dua definisi diatas (Jefkins, 2013:9) menyimpulkan bahwa PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana baik itu kedalam maupun keluar organisasi, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Peran merupakan perilaku yang diharapkan dari seseorang sesuai dengan status atau kedudukan tertentu dalam sebuah perusahaan. Peran seorang *Public Relations* atau praktisi humas dalam perusahaan sangat vital, humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah bertujuan untuk membangun saling pengertian, saling menghargai, saling mempercayai, menciptakan *goodwill* demi terciptanya hubungan yang harmonis dalam perusahaan. (Soerjono Soekanto, 2014:243)

Peran praktisi *Public Relations* dalam perusahaan adalah mengelola saluran informasi demi tercapainya pemahaman suatu permasalahan, *Public Relations* bertanggung jawab dan mempunyai wewenang untuk menyusun program acara (spesial event program dan agenda setting) mulai dari pengumpulan data, mendefinisikan masalah, melakukan perencanaan, pelaksanaan, komunikasi hingga mengadakan pengawasan. Peran *Public Relations* tersebut diharapkan dapat menjadi mata dan telinga serta tangan kanan top manajemen dalam organisasi atau lembaga (Ruslan, 2012: 29)

Ada empat tahapan yang yang dapat dijadikan acuan seorang praktisi Humas dalam membangun program *public relations*. Empat tahapan tersebut menurut Cutlip & Centre dalam Abdurachman (2010:31) proses PR sepenuhnya menggunakan pendekatan manajerial yang terdiri dari :

a. Fact Finding (penemuan fakta)

Mencari dan mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan tindakan. Sebagai seorang praktisi Humas harus mengetahui masalah dan

penyebab permasalahan yang timbul di publik eksternal atau masyarakat, oleh sebab itu humas perlu terlibat dalam pengumpulan fakta atau data.

b. Planning (perencanaan)

Perencanaan disusun atas data fakta yang telah diperoleh. Berdasarkan pada rumusan masalah dibuat strategi perencanaan dan pengambilan keputusan untuk membuat program kerja berdasarkan kebijakan lembaga yang disesuaikan dengan kepentingan publik.

c. Communications (komunikasi)

Rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan data atau fakta yang telah diperoleh, kemudian dikomunikasikan. Seorang humas harus mampu mengkomunikasikan pelaksanaan program sehingga dapat mempengaruhi sikap publik yang kemudian mendorong mereka untuk melakukan tindakan.

d. Evaluating (evaluasi)

Cara untuk mengetahui proses pelaksanaan telah selesai adalah dengan evaluasi. Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengukur keefektifitasan proses secara keseluruhan. Pada tahapan ini humas dituntut untuk teliti dan seksama demi keakuratan data dan fakta yang telah ada, evaluasi dapat dilakukan secara kontinyu dan hasil evaluasi akan menjadi dasar kegiatan humas berikutnya.

Cyber PR

Dalam membangun citra positif yang dilakukan oleh praktisi humas, *Cyber PR* adalah salah satu inisiatif PR atau *Public Relations* yang menggunakan internet sebagai sarana publisitasnya. Pemanfaatan media *website* untuk kepentingan PR merupakan penghematan besar atas biaya kertas, cetak dan pengirimannya. (Onggo, 2014:6)

Penggunaan *website* sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Dari *website* ini banyak kalangan menggunakannya sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan gambaran detail suatu instansi atau lembaga. Kini semakin maraknya penggunaan *website* oleh berbagai orang dan juga kalangan, maka membuat perusahaan maupun instansi pemerintahan menggunakan *website* perusahaan. Menurut Kriyantono *website* perusahaan merupakan :

“Sarana komunikasi yang pertama kali dan paling populer dilihat oleh organisasi. Karena itu, pada abad ini setiap perusahaan mesti melengkapi sarana komunikasinya dengan membuat *website*.” (Kriyantono, 2014:260)

Upaya pemerintah dalam mewujudkan tata pemerintahan yang baik (*Good Governance*) tidak lepas dari penggunaan teknologi, informasi dan komunikasi oleh humas pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Menurut Richardus E. Indrajit, pada intinya *e-Government*

adalah penggunaan ICT untuk meningkatkan hubungan antara pemerintah dengan pihak-pihak lain (Indrajit, 2012:3-4).

Istilah Cyber PR atau Electronic PR (E-PR) digunakan untuk kegiatan Public Relations (PR) yang menggunakan media internet sebagai media publikasinya. Kegiatan cyber public relations dapat menghasilkan apa yang disebut sebagai 3R bagi perusahaan, yaitu (Julius Onggo, 2014:6):

1. Relations, mampu berinteraksi dengan berbagai target audiens untuk membangun hubungan dan citra perusahaan
2. Reputasi, Aset yang paling penting dalam suatu bisnis. Cyber public relations merupakan suatu seni dalam membangun reputasi online secara berkesinambungan
3. Relevansi, artinya adalah mengupayakan agar kegiatan insiatif public relations secara online relevan dengan target publik korporat.

Saat ini keberadaan media online tidak dapat dihindarkan lagi, karena media online internet dan komunikasi teknologi merupakan media yang membuat seluruh dunia tersambung, sehingga dapat mendatangkan dampak sekaligus manfaat yang tidak bisa dibayangkan. Oleh karena itu Humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah memanfaatkan keberadaan internet sebagai penyebaran informasi, yang pada akhirnya mempengaruhi persepsi publik pada perusahaan atau organisasi dan menghasilkan citra positif.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Desain Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. Tujuan penelitian kualitatif untuk memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit diketahui atau dipahami (Moelong, 2014:10)

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk memperoleh gambaran utuh mengenai bagaimana peran divisi penkum dan humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah melalui *website* kejaksaan dalam membangun citra positif. Peneliti menggunakan metode kualitatif agar dapat memberikan ruang bicara yang luas kepada masing-masing informan dalam memberikan jawaban sesuai dengan apa yang mereka lakukan dan rasakan.

1.7.2 Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah tepatnya di Divisi Penkum & Hubungan Masyarakat yang merupakan bagian dari Divisi Intelejen.

1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dalam bidang humas di Kantor Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah. Subjek yang peneliti ambil berjumlah 3 orang. Peneliti memilih 3 orang sebagai subjek penelitian karena ketiga orang tersebut merupakan orang yang paling berkompeten untuk memberikan informasi dengan benar dan akurat mengenai permasalahan yang sedang diteliti.

1.7.4 Jenis Data

Adapun data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data kualitatif. Data Kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk verbal berupa huruf dan bukan angka. Data tersebut didapatkan dari subjek penelitian sendiri. Subjek penelitian dapat menceritakan secara mendalam tentang pengalaman yang dialami terkait dengan objek yang diteliti.

1.7.5 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan kelompok dan organisasi (Ruslan, 2013: 29). Data primer adalah data sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subyek secara individual atau kelompok, hasil observasi atau wawancara secara mendalam dengan narasumber. Dalam pengambilan data primer peneliti menggunakan metode wawancara dengan ketiga orang narasumber yaitu diantaranya Kepala Humas Kejati berikut 2 orang stafnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah, jurnal, khusus pasar modal, perbankan dan keuangan (Ruslan, 2013:30). Data atau informasi yang diperoleh dari sumber-sumber lain (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) secara tidak langsung melalui buku-buku bacaan dan tulisan ilmiah yang berkaitan dengan obyek penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari beberapa kliping pers dan dokumentasi yang telah dibuat oleh staff humas Kejati.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian tersebut adalah :

a. Wawancara

Teknik wawancara mendalam (indepth interview) merupakan pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada seorang responden. Wawancara dilakukan pada bagian humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara mendalam untuk menggali data maupun informasi sebanyak-banyaknya dari responden, yaitu data-data tentang peran divisi penkum dan humas Kejati melalui website dalam membangun citra positif, baik sebagai komunikator, peran sebagai pembina hubungan, peran sebagai pembentuk citra serta media komunikasi yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat.

b. Studi Dokumen

Studi Dokumen merupakan teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan dalam bentuk apapun yang berkaitan dengan objek yang sedang diteliti. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data untuk kemudian dipelajari dan ditelaah. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan pelaksanaan hubungan masyarakat dalam meningkatkan

citra Kejati Jateng. Dokumentasi data yang terkumpul diantaranya adalah foto-foto mengenai kegiatan Humas Kejati dan dokumen-dokumen berupa kliping pers.

1.7.7 Analisa Data

Analisis data merupakan pengumpulan data yang akan di analisa lebih lanjut dan data diperoleh langsung dari perusahaan atau instansi. Teknik yang digunakan adalah teknik analisis *deskriptif kualitatif*, ini merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data ,mengorganisasi data,mensistesisikanya,mencari dan menemukan pola,menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2010:24).

Rosady Ruslan (2014: 212) menjelaskan bahwa “analisis data kualitatif bertujuan untuk lebih mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek-aspek kejiwaan, perilaku, sikap, tanggapan, opini, perasaan keinginan dan kemauan seseorang atau kelompok.”

Analisis data penelitian ini dimulai dari data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisis dan ditafsirkan kemudian disajikan dalam sekumpulan informasi yang mudah dipahami maknanya. Selanjutnya peneliti menghubungkan dan membandingkan antara teori yang ada dengan

hasil praktek di lapangan sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang diteliti.

Untuk menganalisis data yang terkumpul sehingga diperoleh kesimpulan yang baik maka langkah yang harus ditempuh adalah sebagai berikut :

1. Reduksi data

Ialah peneliti mempelajari dan mengamati data-data yang sudah terkumpul dari sumber data melalui berbagai teknik pengumpulan data, yang semua data tersebut masih berupa data mentah. Kemudian data-data tersebut dirangkum dan disusun secara sistematis, agar peneliti lebih mudah untuk mencari dan mengkaji data pokok yang dianggap penting sehingga dapat disederhanakan. Selanjutnya data yang telah dipilih diklasifikasi dan dikategorikan terlebih dahulu, salah satunya dengan cara pemberian kode pada data yang sesuai dengan sumbernya masing-masing.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data, diantaranya dalam bentuk uraian singkat atau dalam teks naratif yang berupa deskriptif mengenai peran divisi penkum dan humas Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah melalui pengelolaan website dalam membangun citra positif.

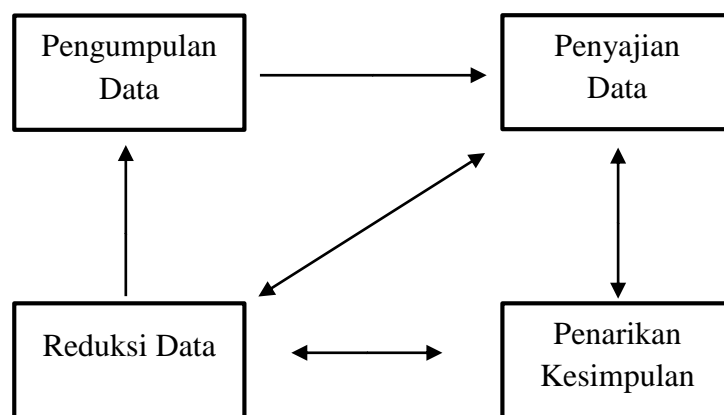
3. Penarikan Data

Data yang telah dikaji kemudian dimaknai dengan cara penafsiran atau interpretasi dari peneliti sendiri dengan cara penafsiran atau intepretasi dari

peneliti sendiri dengan didukung oleh studi literatur yang telah dilakukan peneliti sebelumnya.

Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2013:52) menjelaskan bahwa dalam analisis data kualitatif diperlukan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Bagan 1.1 Analisa Data Kualitatif



Sumber: Bagan diambil dari Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013)

1.7.8 Kualitas Data

Ada empat teknik untuk mencapai kualitas data dalam penelitian kualitatif, tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 teknik yaitu

1. Kredibilitas, kredibilitas meliputi Kegiatan memperpanjang pengamatan, peningkatan ketekunan terus-menerus, triangulasi, bahan referensi atau adanya data pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan, dan member check (pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data).

2. Konfirmability, merupakan menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmability. Dalam penelitian, proses dan hasil penelitian harus ada, jangan sampai tidak ada tetapi hasilnya ada. (Sugiyono, 2013:277)