



**PERAN HUMAS SEKRETARIAT DAERAH PEMERINTAH KOTA
SEMARANG DALAM KEGIATAN DAN PENGELOLAAN MEDIA
RELATIONS**

(Di Tinjau Dari Liputan Pemberitaan di Media Massa)

SUMMARY TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Widya Ade Kurniawan

D0C009053

**PROGRAM DIPLOMA III HUBUNGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2012

ABSTRAKSI

Judul Penelitian : **Peranan Humas Pemerintah Kota Semarang dalam Kegiatan dan Pengelolaan *Media Relations* (Di Tinjau Dari Liputan Pemberitaan di Media Massa)**

Nama : **Widya Ade Kurniawan**

NIM : **D0C009053**

Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang merupakan instansi pemerintahan yang merupakan pusat kebijakan di Pemerintahan Kota Semarang. Sekretariat Daerah Kota Semarang tentunya membutuhkan citra positif dimata publik untuk mendapatkan dukungan dari publiknya, termasuk dari media massa. Peran media massa dalam kegiatan penyampaian informasi dari Pemerintah Kota Semarang ke Masyarakat sangat diperlukan untuk mempercepat informasi yang akan disampaikan. Menjalin hubungan yang baik dengan media massa (*media relations*) sekarang ini sangat diperlukan untuk kelangsungan instansi dan pencitraan positif yang baik dimasyarakat. Hal seperti inilah yang dilakukan oleh Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang sebagai salah satu strategi untuk menciptakan citra positif di masyarakat.

Media Relations merupakan bagian dari *eskternal public relations* yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi (Iriantara, 2005:32).

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan dan pengelolaan *media relations* yang dilakukan oleh Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang Untuk dengan media massa yang ditinjau dari liputan dan pemberitaan tentang Pemerintah Kota Semarang.

Dalam menjalankan kegiatan *media relations* upaya yang dilakukan oleh Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang dalam kegiatan dan pengelolaan *media relations* salah satu tugas yang harus dikerjakan adalah menjalin hubungan dengan wartawan. Kepercayaan dari wartawan adalah salah satu aset praktisi Humas yang paling penting. Tanpa jalinan hubungan dengan media bisa jadi salah satu kegiatan Humas tidak akan mencapai tujuannya. Hubungan baik yang terpelihara terus dengan organisasi media massa akan memperlancar kegiatan publikasi.

Hubungan yang terjalin antara Humas Sekretriati Daerah Pemerintah Kota Semarang dengan media massa. Hubungan media mengambil tempat yang penting dalam kerja harian praktisi Humas, karena media sangat potensial menginformasikan pesan kepada jutaan khalayak sekaligus.,

Keywords: *Peran, Humas Pemerintah, Media Relations*

ABSTRACTION

Research Title : **The Role of Public Relations in Semarang City Government Events Management and Media Relations (In Review Of Coverage Coverage in Mass Media)**

Name : **Widya Ade Kurniawan**

NIM : **D0C009053**

Secretariat of the Regional Municipality of Semarang merupakan government agency that is central to government policy in the city of Semarang. Regional Secretariat Semarang would require a positive image in the eyes of the public to gain support from the public, including the media. The role of mass media in the activities of dai information penyampaina Semarang City Government to the Society is required to accelerate the information to be diisampaikan. Establishing a good relationship with the media (media relations) now is very necessary for the survival of institutions and a good positive image in the community. This is what is done by the Bureau of Public Relations Regional Secretariat Semarang City Government as a strategy to create a positive image in the community.

Media Relations is part of the external public relations that foster and develop good relations with the mass media as a means of communication between the organization and the public in order to achieve organizational goals (Iriantara, 2005:32).

The purpose of this study conducted to determine the extent and management of media relations activities conducted by the Bureau of Local Government Relations Secretariat of Semarang to the mass media in terms of coverage and news about the City of Semarang.

In the course of media relations efforts conducted by the Bureau of Public Relations Regional Secretariat Semarang City Government in managing media relations activities and one of the tasks that must be done is to establish a relationship with journalists. Confidence of journalists is one of the assets of the most important public relations practitioners. Without rapport with the media could be one of PR activities will not achieve its goals. Maintained good relations with media organizations continue to expedite the publication activity.

The relationship between PR Sekretriati Regional Municipality of Semarang premises mass media. Media relations take an important place in the daily work of Public Relations practitioners, as media messages to inform a potential audience of millions at once.

Keywords: *Roles, Government Relations, Media Relations*

I. PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan sistem pemerintahan yang terjadi di Indonesia sekarang ini dituntut adanya paradigma baru dalam penyelenggaraan pemerintahan, yaitu paradigma sistem pemerintahan yang mengarah pada "Good Governance". Merujuk pada perkembangan kebijakan pemerintahan yang tersebut diatas, tampaknya penyelenggaraan pelayanan pemerintahan yang baik, sekarang dituntut untuk mulai mengembangkan dimensi keterbukaan, mudah diakses, accountable dan transparan. Kantor-kantor pemerintah, seperti departemen, atau instansi pemerintah lainnya, mulai menyadari bahwa untuk membangun pemerintahan yang sehat, bersih dan berwibawa, sangatlah diperlukan banyaknya kritikan dan pendapat pihak lain atau pendapat publik.

Kemunculan media massa sebagai alat atau media yang dipandang sangat membantu dalam dunia kerja humas saat ini mendapat tempat tersendiri bagi keberlangsungan lembaga dalam meperkuat citra dan kestabilan serta kekokohan lembaga tersebut. Dengan adanya hal tersebut, menuntut peran humas dalam menjalin hubungan dengan media massa (*media relations*). Dalam profesi humas hubungan dengan media juga sering kali dipahami sebagai penanganan krisis dengan memberitakan hal-hal positif tentang perusahaan saat perusahaan tersebut dilanda berita negatif. Pada saat krisis cara terbaik penanganan hubungan media oleh humas adalah dengan mengakui dan memperbaiki kesalahan dengan menginformasikan usaha-usaha ke depan yang lebih baik untuk mendapatkan posisi saling memanfaatkan dan menguntungkan.

Media Relations wajib dilakukan Humas (*Public Relations*) sebuah lembaga agar berdampak pada meningkatnya citra atau popularitas. Pemberitaan yang baik di media akan memberikan pencitraan yang baik pula bagi lembaga pemerintahan, meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam pelayanan yang diberikan oleh lembaga pemerintah.

Media Relations merupakan bagian dari eksternal public relations yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi (Iriantara, 2005:32).

Umumnya keberhasilan atau popularitas sebuah instansi/lembaga pemerintahan dicapai berkat keberhasilannya membangun hubungan baik dengan media. Dengan terjalinnya hubungan baik itu, media akan senantiasa mempublikasikan setiap kegiatan yang dilakukan lembaga pemerintahan yang positif dan "berhati-hati" dalam pemberitaan yang negatif.

Ketidakefektifan humas pemerintahan dalam menjalankan peran dan fungsi yang seharusnya, menyebabkan munculnya citra negatif yang dimiliki oleh pemerintahan Kota Semarang. Citra negatif ini muncul ketika humas pemerintahan tidak mendengarkan keluhan yang ada pada masyarakat, padahal proses kerja humas pemerintahan ini selalu berhubungan dengan opini publik. Hal ini menyebabkan munculnya ketidakpuasan di dalam diri masyarakat karena apa yang diinginkan oleh masyarakat tidak dapat tercapai. Pada dasarnya, masyarakat hanya menginginkan transparansi dari pelayanan yang disediakan oleh pemerintahan. Selanjutnya, humas pemerintahan Kota Semarang kurang optimal dalam menyosialisasikan kebijakan-kebijakan yang dimiliki oleh pemerintahan sehingga tidak

semua masyarakat mengetahui mengenai kebijakan-kebijakan tersebut dan kebijakan-kebijakan tersebut tidak sesuai dengan keinginan masyarakat atau bahkan tidak diterima oleh masyarakat.

Dalam humas pemerintahan sering terjadi kesalahan persepsi. Kesalahan persepsi ini pun berhubungan dengan fungsi dan tugas humas pemerintahan Kota Semarang yang berjalan kurang optimal. Kesalahan persepsi yang dimaksud adalah humas berfungsi sebagai juru bicara pemerintah. Nyatanya adalah humas pemerintahan tidak hanya berfungsi sebagai juru bicara pemerintah saja. Fungsi dan tugas humas pemerintahan lebih dari sekedar itu. Kesalahan persepsi ini dapat dimiliki oleh humas itu sendiri, pejabat-pejabat pemerintahan, dan juga oleh masyarakat luas. Hal ini menyebabkan proses kerja kehumasan tidak berjalan dengan selayaknya sehingga citra dan reputasi pemerintahan menjadi buruk.

Kondisi humas pemerintahan yang seperti ini tidak hanya terjadi di Pemerintah Kota Semarang tetapi juga dapat terjadi di Pemerintahan Kota yang lain bahkan di pemerintahan pusat. Permasalahan yang dihadapi tidak terlalu jauh berbeda. Seperti apa yang terjadi beberapa waktu lalu, kondisi pemerintahan pusat yang carut marut ini seakan menandakan bahwa humas pemerintahan tidak berfungsi selayaknya. Humas pemerintahan ibarat ujung tombak dari citra dan reputasi yang akan dimiliki oleh pemerintahan, baik pemerintahan daerah, pemerintahan provinsi, maupun pemerintahan pusat. Hal ini disebabkan oleh pentingnya peran dan fungsi humas pemerintahan tersebut, terlebih lagi ketika ada masalah. Profesi humas adalah profesi pertama yang akan dicari untuk menanggapi permasalahan tersebut dan jawaban dari humas pemerintahanlah yang akan menentukan perjalanan pemerintahan tersebut selanjutnya.

Kenyataan yang tampak saat sekarang adalah humas pemerintahan cenderung hanya sebagai tukang kliping surat kabar. Sebenarnya peran tukang kliping ini cukup penting dalam kesuksesan program pemerintahan, namun tidak cukup dengan hanya itu saja. Humas pemerintahan Kota Semarang dituntut untuk peka dan konsisten mengenai fenomena yang terjadi di masyarakat luas, karena untuk menjadi humas pemerintahan bukanlah sebuah profesi yang ringan. Apalagi gambaran, citra, reputasi, dan keberhasilan pemerintahan sangat tergantung dari kinerja humas yang dimiliki. Terkait akan hal ini, humas pemerintahan hendaknya mampu membuat *press release* yang baik karena dari hal inilah citra, reputasi, dan keberhasilan pemerintahan dapat terlihat. Untuk mencapai hal ini, maka dibutuhkanlah hubungan yang baik antara pemerintahan dengan media seperti apa yang sudah dibahas sebelumnya.

II. BATANG TUBUH

Proses pengelolaan media relations merupakan tugas yang tidak mudah dan memiliki tanggung jawab yang besar dalam suksesnya pelaksanaan pengelolaan *media relations* di lapangan. Untuk itu seorang humas harus memiliki kemampuan, pengalaman yang baik serta dukungan baik dari stafnya maupun dari atasannya demi suksesnya pengelolaan *media relations* tersebut untuk membentuk opini publik dan terciptanya citra positif bagi sebuah

intitusi. Dalam pengelolaan *media relations* yang dilakukan oleh Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang melalui beberapa tahapan kegiatan, antara lain:

1. Proses temuan permasalahan (*defining problem*)

Pengumpulan fakta adalah tahap menghimpun data – data yang akurat serta fakta – fakta yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, termasuk di dalamnya adalah siapa saja sasarannya, bagaimana opini masyarakat sehingga dapat digali kemauan masyarakat terhadap perusahaan, kemudian merumuskan apa yang menjadi permasalahan dan bagaimana tindak penyelesaiannya.

Humas Sekretariat Daerah Pemerintahan Kota Semarang dalam melaksanakan kegiatan dan pengelolaan *media relations* pada dasarnya adalah sebagai sebuah program kerja humas dalam mendukung terhadap suksesnya setiap kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Semarang dalam hal publisitas kegiatan. Sebagai Humas, apalagi di dalam jajaran Pemerintahan Kota Semarang, sudah menjadi kewajiban seorang Humas Sekretariat Daerah Pemerintahan Kota Semarang untuk dapat menyampaikan informasi sedetail mungkin kepada publik melalui media hal tersebut dilaksanakan sebagai sebuah cara atau strategi Humas Sekretariat Daerah Pemerintahan Kota Semarang dalam membentuk citra positif di masyarakat melalui kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan Pemerintah Kota Semarang.

Pemilihan dan pengenalan media pun dipilih sebagai salah satu strategi yang dilakukan oleh humas Sekretariat Pemerintahan Kota Semarang dalam melaksanakan kegiatan *media relations*.

Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintahan Kota Semarang selama ini dalam menjalin hubungan yang baik dengan media, Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintahan Kota Semarang selalu memberikan informasi yang mempunyai nilai berita yang dinilai tinggi dan penting untuk di publikasikan. Hal tersebut diatas menjadi sangat penting, karena tanpa mengetahuinya dengan baik apa yang disukai pers atau media, ketika seorang humas tidak akan dapat dengan mudah melaksanakan kegiatan publisitas terhadap instansi secara baik karena terganjal oleh kekurang pahaman tentang dunia pers serta tidak dapatnya berhubungan dengan pers secara baik pula, sehingga diperlukan sebuah hubungan timbale balik (*symbiosis mutualisme*) yang baik antara humas dan pers.

Bagi Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintahan Kota Semarang hasil penelitian yang ditemukan diatas digunakan sebagai acuan bagaimana seorang humas bertindak dalam menjalin hubungan baik dengan pers. Dengan menjadikannya sebagai sebuah acuan hal tersebut dapat mempermudah kinerja humas dalam penciptaan citra yang positif.

2. Proses Perencanaan (*planning*)

Humas biasanya mengetahui informasi mengenai akan diadakannya salah satu bentuk kegiatan *media relations* (*press conference*) biasanya dihubungi langsung oleh yang bersangkutan dalam hal ini penyelenggara kegiatan dan apabila tersebut langsung dari

Walikota Semarang, informasi tersebut berasal dari sekretaris Walikota serta koordinasi antar Kepala Bagian yang ada.

Hal pertama yang dipersiapkan dalam kegiatan *media relations* yang berkaitan langsung dengan media adalah mempersiapkan undangan untuk media yang bersangkutan, karena hubungan yang baik telah terjalin antara Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang dengan para wartawan media. Hal lain yang dipersiapkan dalam kegiatan *media relations* adalah mempersiapkan bahan-bahan pemberitaan yang akan dipergunakan. Bahan-bahan ini dipersiapkan secara teliti untuk memperoleh hasil pemberitaan yang positif serta akurat pada media dan tidak terjadi suatu kesalahan-kesalahan yang berakibat fatal.

Pemberian informasi kepada media ada dua macam yang pertama adalah pra dan pasca acara dan biasanya pula untuk pra acara dilaksanakan jauh sebelum acara berlangsung, minimal dua hari sebelum acara berlangsung dan untuk pasca acara dilaksanakan juga tidak terlalu lama dari berlangsungnya acara. Namun, ketika acara tersebut dilaksanakan secara mendadak dan diperlukan pemberian informasi yang cepat, kegiatan konferensi pers dilaksanakan pada hari itu juga. Media apa yang dipakai dalam pemberian informasi tersebut tergantung dari acara atau peristiwa apa yang terjadi. Ini dimaksudkan agar tidak terjadihal yang dapat dikatakan sebagai suatu yang sia-sia dan pemilihan media haruslah tepat dan sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan.

Setelah data serta informasi yang diperoleh lengkap dan akurat, selanjutnya humas melakukan tahapan selanjutnya yang disebut sebagai tahapan perencanaan (*palnning*) yang merupakan bagian terpenting dalam usaha memperoleh public opinion yang positif serta menguntungkan sebuah lembaga atau instansi.

Perencanaan sendiri menghendaki dengan melihat jauh kedepan, ke belakang serta sekelilingnya dengan harapan dapat ter-*cover* pada setiap sisinya. Perencanaan yang disusun tersebut harus berdasarkan data serta fakta yang lengkap dan akurat yang diperoleh pada tahapan awal. Fakta dan data yang dimaksud adalah hal-hal yang dilihat sendiri atau hasil-hasil wawancara dengan orang-orang yang bersangkutan serta tanpa adanya intepretasi lainnya, sehingga dapat dikatakan perencanaan itu disusun semata-mata berdasarkan fakta dan data, bukan sekedar berdasarkan keinginan humas (Effendy, 1993:127)

3. Proses Komunikasi (*communications*)

Informasi yang diberikan kepada media dalam kegiatan dan pengelolaan *media relations* tersebut biasanya merupakan informasi mengenai seputar acara atau peristiwa yang terjadi (5W+1H). Informasi yang diberikan kepada media tidak selalu sama setiap diadakannya kegiatan *media relations* tergantung kebutuhan dari acara itu sendiri. Namun, pada hakikatnya para wartawan hadir pada acara yang akan diselenggarakan tersebut tapi juga siapa yang hadir pada acara tersebut yang dapat dimintai tanggapan mengenai sautu hal atau peristiwa yang sedang terjadi di masyarakat sebagai pelengkap suatu pemberitaan.

Informasi-informasi yang diberikan oleh Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang melalui kegiatan dan pengelolaan *media relations* selalu memenuhi kebutuhan

media terhadap informasi yang dibutuhkan terlebih pemberitaan yang berhubungan dengan Pemerintah Kota Semarang. Informasi yang diberikan oleh humas tidak selalu dikonfirmasi kembali setelah acara berlangsung apabila dirasa sudah lengkap, humas akan melakukan konfirmasi kembali apabila bahan-bahan pemberitaan yang kurang lengkap atau ketika wartawan meminta konfirmasi lebih mendalam.

Kegiatan komunikasi ini dapat berbentuk lisan, tertulis, visual atau dengan menggunakan lambang-lambang tertentu (Rachmadi, 1996:113). Kegiatan komunikasi tersebut juga dilakukan oleh Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang dalam pengelolaan *media relations* terlebih dalam pelaksanaan kegiatan *press release* ke media massa melalui cetakan (*print out*), visual, dan foto apabila hal tersebut perlu untuk dilakukan.

Menurut Rosady Ruslan karakteristik humas yang menonjol adalah komunikasi yang bersifat dua arah dan juga terencana, proses komunikasi dapat diartikan sebagai “Transfer Komunikasi” atau pesan-pesan (*messages*) dari pengiriman pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (*feed back*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*), antara kedua belah pihak. Melalui transfer komunikasi atau pesan-pesan tersebut terjadi proses interpretasi. (Rosady Ruslan, 2002:81).

Seperti yang diungkapkan oleh Rosady Ruslan bahwa Humas perlu memiliki komunikasi yang bersifat dua arah di dalam kegiatan *media relations* ini yang bertujuan untuk menginformasikan kepada publik eksternal maupun internal melalui media massa. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir pemberitaan negatif yang berdampak dengan citra perusahaan.

4. Proses Evaluasi (*evaluation*)

Kegiatan evaluasi suatu acara biasanya dilaksanakan setelah acara atau kegiatan berlangsung. Kegiatan evaluasi terdiri dari kegiatan memantau pemberitaan-pemberitaan pada media pasca diselenggarakan sebuah acara serta dengan mengadakan pendokumentasian dengan jalan membuat kliping terhadap artikel-artikel yang memuat tentang kejadian-kejadian yang terjadi di lingkungan Pemerintahan Kota Semarang. Kegiatan pengklipingan ini sendiri dilakukan untuk memantau pemberitaan yang kurang baik terhadap Pemerintahan Kota Semarang, sehingga pihak Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang dapat dengan segera memberikan sebuah tanggapan terhadap berita yang dinilai kurang sesuai dengan kenyataan tersebut.

Setiap kegiatan *media relations* yang diselenggarakan oleh Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang selalu mendapatkan tanggapan positif dari setiap media yang bersangkutan. Biasanya dapat dilihat dari respon yang diberikan oleh wartawan ketika diadakannya salah satu kegiatan *media relations* wartawan yang di undang selalu datang dan meliput acara yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Semarang dan apabila tidak hadir wartawan biasanya selalu meminta kepada Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang untuk mengirimkan bahan-bahan pemberitaan yang dipakai serta pendukung beritanya ke kantor wartawan yang bersangkutan karena pentingnya acara yang

diselenggarakan Pemerintah Kota Semarang. Hal tersebut juga dapat dilihat dari setiap pemberitaan yang positif mengenai Pemerintah Kota Semarang, sehingga dalam pelaksanaannya di lapangan hal tersebut harus senantiasa dijaga untuk selalu mendapatkan citra positif dari masyarakat terhadap kinerja dari Pemerintah Kota Semarang.

Tujuan utama dari tahap evaluasi ini adalah untuk mengetahui apakah kegiatan humas benar-benar dilaksanakan menurut rencana berdasarkan hasil penelitian atau tidak. Tanpa sebuah evaluasi yang baik, tidak akan diketahui sampai sejauh mana kelancaran sebuah kegiatan humas yang telah berlangsung (Effendy, 1993:131). Jadi evaluasi penting sekali untuk menjadi sebuah perhatian.

Dalam tahapan evaluasi ini pun, humas hendaknya melaksanakan tugasnya secara teliti dan seksama untuk menghasilkan hasil akhir yang maksimal. Faktor terpenting dalam hal ini adalah kejujuran, karena tanpa kejujuran seorang humas, program-program yang telah dilaksanakan tadi tidak dapat dikoreksi mana yang terjadi kekurangan dan yang memerlukan pembenahan agar dalam hal serupa tidak terjadi lagi dan selanjutnya dapat ditingkatkan mutu serta kualitasnya serta dimana kelebihan yang akan dipertahankan untuk kegiatan selanjutnya. Di sini tidak diperbolehkan adanya penyelewengan fakta yang ada dan harus pula faktual yang dapat membuat humas tidak akan dipercaya lagi oleh publik apabila melakukan hal yang sebaliknya.

III. PENUTUP

Dengan demikian Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang harus selalu memberikan yang terbaik bagi lembaga atau instansinya dan pada publik, sehingga humas selalu menjaga keakuratan informasi serta menjaga hubungan yang baik terhadap pers melalui kegiatan pengelolaan *media relations* yang baik pula sehingga Biro Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Semarang dapat dikatakan sebagai sumber informasi yang tepat dan akurat mengenai kebijakan-kebijakan Pemerintah Kota Semarang. Kegiatan pengelolaan *media relations* yang baik merupakan sebuah program yang dapat dikatakan sebagai program pembuktian terhadap kinerja humas alam menjalin hubungan yang baik antara humas sebuah lembaga atau instansi dan media massa (pers).

Kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Humas Pemerinta Kota Semarang mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap penciptaan citra yang positif di mata publik. Peran serta Humas dalam tumbuh dan berkembangnya stabilisasi Pemerintahan Kota Semarang sebagai sebuah instansi pemerintahan serta dalam pencapaian tujuan instansi sangat besar. Kegiatan *media relations*, dilakukan secara berencana dan tersusun dalam program-program yang menggunakan dasar-dasar kehumasan dalam pelaksanaannya.

Kegiatan tersebut dilakukan dalam usaha untuk menjalin hubungan baik dan harmonis antara pihak instansi dengan media massa (pers), dengan cara menjembatani kepentingan dan kebutuhan insan pers dalam penyediaan informasi yang lengkap dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1990. *Manajemen Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Avieson, John. 1980. *Applied Journalism in Australia*. Deakin University.
- Cutlip, Scott M. & Allen H Center. 1985. *Effective Public Relations*. New Jersey. Prentice Hall Inc.
- Effendy, Ocong Uchajana. 1993. *Humas Relations dan Public Relations*. Bandung. Mandar Maju.
- Grunig, James E. 1992. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey. Lawrence Earlbaum Associates
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hohenberg, John. 1973. *The Professional Journalist*. New York. Holt, Rinehart & Winston.
- Iriantara, Yosal. 2005. *Media Relations : Konsep, Pendekatan, dan Praktek*. Simbiosis Rekatama Media : Bandung.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. Pustaka Utama Grafiti.
- Kusumastuti, Frida. 2002. *Dasar Dasar Humas*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Macnamara, Jim dan Boh Tiyong, Yap. 1992. *Public Relations Handbook*. Linfield, NSW. Archipelago Press.
- Moleong, J. Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2008. *Hubungan Media, Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Rachmadi, F. 1996. *PR dalam Teori Dan Praktek Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta Dan Lembaga Pemerintahan*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Rumanti, Assumpta, Maria. 2002. *Dasar-Dasar PR, Teori Dan Praaktik*, Jakarta. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Ruslan, Rusady. 1998. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi; Konsep dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta.

Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas & Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta: PT Grafindo Persada.

Rulsan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations & Meida Komunikasi*. Jakarta: PT Grafindo Persada.

Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Perusahaan: Graha Ilmu*.

Sumber Lain:

Arsip Biro Humas Setda Pemerintah Kota Semarang

Peraturan Walikota Semarang tentang Tugas dan fungsi Biro Humas

<http://semarangkota.go.id/cms/>

<http://humaskotasemarang.blogspot.com/2010/03/ubah-paradigma-humas-dalam-koridor-dua.html>

<http://www.tempo.co/read/news/2010/06/27/140258775/Konvensi-Nasional-Humas-KNH-2010>