

## PENERAPAN *MEDIA RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI KEMENTERIAN PERTANIAN REPUBLIK INDONESIA

As'ari Nurdiansyah<sup>1</sup>, Risma Kartika<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila

Naskah diterima tanggal 26-11-2019, direvisi tanggal 3-01-2020, disetujui tanggal 20-01-2020

**Abstrak.** Sektor pertanian di Indonesia adalah salah satu sektor terpenting bagi perekonomian bangsa, karena Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan berbagai macam produk dari usaha pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Kekayaan alam Indonesia yang melimpah terutama sektor pertanian menjadikannya sebagai salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Dibawah kepemimpinan Andi Amran Sulaiman wajah pertanian Indonesia terus menunjukkan taringnya kepada dunia dengan beberapa perubahan besar yang dilakukan. Perubahan besar yang telah dilakukan Kementerian Pertanian Republik Indonesia bukan berarti dalam perjalanannya tidak mengalami permasalahan. Adanya berita negatif di media massa membuat masyarakat terbayang akan buruknya kinerja Kementerian Pertanian RI. Setiap pemberitaan negatif yang menyangkut Kementerian Pertanian RI akan memberikan dampak buruk bagi reputasi yang selama ini sudah dibangun dengan susah payah. Dibutuhkan suatu strategi tertentu, dan juga upaya-upaya konkrit dalam menjalin hubungan baik antara organisasi dan media massa dalam hubungan media atau *media relations*. Hubungan media yang baik akan menghasilkan pemberitaan yang baik pula di media massa. Dari pemberitaan tersebut, maka akan membentuk reputasi yang baik dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap suatu lembaga/instansi. Oleh karena itu untuk mempertahankan reputasi, humas Kementerian Pertanian melakukan *media relations*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *media relations* dalam mempertahankan reputasi Kementerian Pertanian RI. Konsep yang digunakan pada penelitian ini adalah humas pemerintah, *media relations* dan reputasi. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian ini adalah dengan melakukan *media relations* humas Kementerian Pertanian RI berhasil memepertahankan reputasinya walaupun diterpa beberapa pemberitaan negatif. Hal tersebut karena kejujuran humas dalam memberikan indormasi serta pengelolaan relasi, mengembangkan jaringan dan mengembangkan strategi yang sudah berjalan dengan baik. Sehingga, setiap berita negatif yang menimpa Kementerian Pertanian RI tidak bertahan lama.

**Kata kunci:** *Media relations*, reputasi, humas pemerintah.

**Abstract.** *The agricultural sector in Indonesia is one of the most important sectors for the nation's economy, because Indonesia is known as an agrarian country with a variety of products from agricultural, plantation, livestock, fisheries and forestry businesses. Indonesia's abundant natural wealth, especially the agricultural sector, makes it one of the drivers of national economic growth. Under the leadership of Andi Amran Sulaiman the face of Indonesian agriculture continues to show its fangs to the world with some major changes made. Major changes made by the Ministry of Agriculture does not mean that in its journey there will be no problems. The existence of negative news in the mass media makes the public imagine the poor performance of the Ministry of Agriculture. Any negative news regarding the Ministry of Agriculture will have a negative impact on the reputation that has been built with difficulty. A certain strategy is needed, and also concrete efforts in establishing good relations between organizations and mass media in media relations or media relations. Good media relations will also produce good news in the mass media. From this news, it will form a good reputation and increase public confidence in an institution / agency. Therefore, to maintain the reputation, the*

*Ministry of Agriculture public relations conducts media relations. The purpose of this study is to determine the application of media relations in maintaining the reputation of the Ministry of Agriculture of the Republic of Indonesia. The concepts used in this study are government public relations, media relations and reputation. The methodology used in this study is qualitative with descriptive research type. The results of this study were conducted by the Ministry of Agriculture public relations media relations managed to maintain its reputation despite being hit by some negative news. That is because the honesty of public relations in providing information and managing relations, developing networks and developing strategies that have been going well. So that any negative news that befalls the Ministry of Agriculture does not last long.*

**Keywords:** *Media relations, reputation, government public relations.*

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian di Indonesia adalah salah satu sektor terpenting bagi perekonomian bangsa, karena Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan berbagai macam produk dari usaha pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Kementerian Pertanian atau biasa disebut Kementan merupakan salah satu lembaga pemerintah yang terkait langsung dengan kebijakan-kebijakan pemerintah di bidang pertanian untuk membantu presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Sebagai bagian dari lembaga pemerintahan, berbagai kebijakan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pertanian akan terkait langsung pada kebijakan publik, sehingga berbagai hal yang terkait dengan kinerja Kementan akan berkenaan langsung dengan proses realisasi dari upaya mensejahterakan rakyat.

Dilihat dari bidang yang ditanganinya, pembangunan bidang pertanian di Indonesia sudah berjalan lebih dari 100 tahun, baik berupa pembangunan fisik maupun penerbitan peraturan perundang-undangan di sektor pertanian. Kekayaan alam Indonesia yang melimpah terutama sektor pertanian menjadikannya sebagai salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Dibawah kepemimpinan Andi Amran Sulaiman wajah pertanian Indonesia terus menunjukkan taringnya kepada dunia. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya ekspor hasil pertanian Indonesia ke berbagai negara ditengah ekonomi dunia yang melamban ([www.pertanian.go.id](http://www.pertanian.go.id) diakses pada 04/08/2019).

Selain itu, untuk tingkat nasional, Kementerian Pertanian mendapatkan penghargaan keterbukaan informasi publik tahun 2018 pada kategori Kementerian yang diberikan oleh Wakil Presiden Republik Indonesia.

Hingga saat ini, Kementerian Pertanian terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada publik. Perkembangan teknologi informasi, membuat lembaga pemerintah berlomba untuk menciptakan inovasi dalam melayani masyarakat tanpa terkecuali Kementerian Pertanian. Melalui inovasi pada bidang teknologi informasi membuat wajah pertanian di Indonesia yang semula dipandang kuno sekarang ini mulai bergeser pada pertanian modern. Sejalan dengan tuntutan reformasi birokrasi dan perkembangan kesadaran masyarakat akan kerja nyata pemerintah, masyarakat menuntut adanya transparansi pada setiap proses penyelenggaraan kebijakan pembangunan pertanian. Kebutuhan akan informasi yang akurat dan cepat menjadikan proses komunikasi sebagai sebuah mekanisme penyebaran informasi yang harus dilakukan oleh Kementerian Pertanian untuk menjelaskan kebijakan dan pelaksanaan pembangunan pertanian nasional yang telah dilakukan.

Perubahan besar yang telah dilakukan Kementerian Pertanian bukan berarti dalam perjalanannya tidak mengalami permasalahan. Banyak hal yang membuat reputasi Kementerian Pertanian menjadi buruk salah satunya masih terdapat kasus korupsi yang dilakukan oleh pejabat di lingkungan Kementerian Pertanian. Seperti kasus korupsi pengadaan pupuk hayati di Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian, perbedaan data proyeksi produksi antara Kementerian Perdagangan dengan Kementerian Pertanian, serta beberapa kasus impor produk pertanian yang ramai diberitakan di media massa.

Adanya berita negatif tersebut di media massa membuat masyarakat terbayang akan buruknya kinerja Kementerian Pertanian. Setiap pemberitaan negatif yang menyangkut Kementerian Pertanian akan memberikan dampak buruk bagi reputasi yang selama ini sudah dibangun dengan susah payah, oleh karena itu dibutuhkan pihak yang bertanggung jawab

untuk menjelaskan apa yang terjadi kepada publik. Untuk mempertahankan reputasi baik yang sudah dimiliki Kementerian Pertanian, humas menjadi corong terdepan dalam menanggapi berita tersebut.

Humas dalam lembaga pemerintahan sudah tidak asing lagi, karena lembaga pemerintahan sudah pasti memiliki seorang humas untuk menjadi jembatan antara lembaga dengan publik. Peran humas dalam sebuah lembaga, diharuskan menjadi mata dan telinga serta tangan kanan ketika lembaganya mengalami masalah. Pada situasi demikian, peran humas harus bertindak sebagai komunikator untuk membantu menjelaskan apa yang terjadi kepada publik melalui media untuk mempertahankan reputasinya. Humas sendiri menurut Keith Butterick merupakan usaha yang terencana dan berkesinambungan untuk membangun dan mempertahankan niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan publiknya (Hidayat, 2014:1).

Menjalin hubungan dengan publik sangatlah penting dalam sebuah lembaga pemerintahan. Hal ini dilakukan untuk berkomunikasi dalam penyampaian pesan atau informasi mengenai aktifitas lembaga pemerintah yang dapat dipublikasikan oleh media massa. Seorang humas dapat menggunakan media massa dalam mempengaruhi masyarakat untuk membangun reputasi yang positif dari seorang individu, organisasi, perusahaan, bahkan negara.

*Media relations* menjadi salah satu tugas humas di Kementerian Pertanian, karena *media relations* menjadi penentu dalam proses pembentukan reputasi lembaga. Peran media massa dalam pembentukan reputasi tergantung dari berita yang dipublikasikan. Media massa sangat penting untuk mempublikasikan segala bentuk informasi yang ada di Kementerian Pertanian kepada masyarakat luas. Dengan begitu maka media dan humas saling berhubungan dan membutuhkan untuk membentuk opini publik.

Dibutuhkan suatu strategi tertentu, dan juga upaya-upaya konkrit dalam menjalin hubungan baik antara organisasi dan media massa dalam hubungan media atau *media relations*. Frank Jefkins dalam (Andjani, 2009:62) menjelaskan mengenai target *media relations* adalah pencapaian publikasi atau penyiaran maksimal atas informasi organisasi. Publikasi yang maksimal tidak hanya dari sisi jumlah media yang memuat, melainkan juga penyampaian informasi yang lengkap, serta berada di posisi yang strategis atau mudah dibaca, didengar atau ditonton oleh pemirsa.

Hubungan media yang baik akan menghasilkan pemberitaan yang baik pula di media massa. Dari pemberitaan tersebut, maka akan membentuk reputasi yang baik dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap suatu lembaga/instansi. Terciptanya reputasi yang baik di mata publik akan membuat Kementerian Pertanian memperoleh keuntungan selain nama baik lembaga juga kepercayaan dari masyarakat. Adanya permasalahan seperti pemberitaan negatif yang menyangkut Kementerian Pertanian, membuat reputasi Kementerian Pertanian menjadi buruk. Oleh karena itu peran humas adalah untuk menciptakan opini publik yang positif sehingga dapat mempengaruhi opini yang diserap oleh masyarakat sebagai upaya dalam mempertahankan reputasi Kementerian Pertanian. Hal ini agar masalah-masalah yang muncul tidak menjadi isu yang berkepanjangan. Dalam hal ini humas sangat dibutuhkan untuk menjadi komunikator dalam lembaga serta menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Kementerian Pertanian berharap terus dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sesuai dengan visi dan misi serta terhindar dari berbagai pemberitaan negatif. Perkembangan zaman yang pesat seperti saat ini, seorang praktisi humas harus mempunyai strategi-strategi tersendiri untuk mempertahankan reputasi lembaganya. Dengan dasar tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis lebih jauh mengenai "Penerapan *Media Relations* dalam Mempertahankan Reputasi Kementerian Pertanian Republik Indonesia".

## METODE PENELITIAN

### Paradigma Penelitian

Neuman (2013:108) mendefinisikan paradigma sebagai suatu kerangka penyusunan umum untuk teori dan penelitian yang mencakup asumsi dasar, persoalan inti, model dari penelitian kualitas, dan metode untuk menjawab pertanyaan. Secara umum paradigma terdiri dari 3 jenis yaitu *positivist social science*, *interpretive social science*, dan *critical social science*.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma *post positivisme*. Menurut Pudjileksono (2015:28) Paradigma *post positivisme* merupakan sebuah paradigma yang melakukan kritik pada paradigma positivistik. Creswell (2013:9) mengungkapkan bahwa paradigma *post positivisme* memandang suatu fenomena yang berkembang secara objektif berdasarkan observasi, data, bukti, dan pertimbangan-pertimbangan yang logis.

Peneliti menggunakan paradigma *post positivisme* karena penelitian ini ingin menggambarkan secara detail mengenai realita yang terjadi, yaitu realita mengenai penerapan *media relations* dalam mempertahankan reputasi.

### **Pendekatan Penelitian**

Creswell (2013:3) mendefinisikan pendekatan penelitian (*research approach*) sebagai sebuah rencana dan prosedur penelitian yang meliputi langkah-langkah: dari asumsi-asumsi luas hingga metode-metode terperinci dalam pengumpulan, analisis, dan interpretasi data. Terdapat tiga jenis pendekatan penelitian yaitu pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan metode campuran.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan seorang peneliti untuk menginterpretasikan dan menjelaskan suatu fenomena secara holistik dengan menggunakan kata-kata, tanpa harus bergantung pada sebuah angka. Metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut mementingkan proses dibandingkan dengan hasil akhir.

Penelitian kualitatif digunakan untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan data yang objektif dalam rangka mengetahui dan memahami penerapan *media relations* dalam mempertahankan reputasi.

### **Jenis dan Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, Neuman (2013:44) menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuan utamanya adalah untuk memberikan gambaran dengan menggunakan kata-kata dan angka serta untuk menyajikan profil (persoalan), klasifikasi jenis, atau garis besar tahapan guna menjawab pertanyaan seperti siapa, kapan, dimana, dan bagaimana. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif, data yang di kumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan begitu proposal penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.

### **Unit Analisis**

Unit analisis adalah suatu unit, kasus, atau bagian dari kehidupan sosial yang sedang dipelajari. Mereka adalah inti dalam mengembangkan konsep, secara empiris mengukur atau mengamati konsep, dan menggunakan analisis data (Neuman, 2013:78). Unit analisis dalam penelitian ini adalah Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian yang bertanggung jawab terhadap kegiatan kehumasan, pemberitaan, dan *media relations*.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Wawancara Semiterstruktur**

Emzir (2014:50) mendefinisikan wawancara sebagai suatu interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah seorang, yaitu yang

melakukan wawancara meminta informasi atau ungkapan kepada orang yang diteliti yang berputar di sekitar pendapat dan keyakinannya. Menurut Sugiyono (2014:412) menyebutkan bahwa wawancara dapat dibedakan berdasarkan beberapa tipe, yakni antara lain wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe wawancara semiterstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang termasuk dalam kategori *in-dept interview* dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur (Sugiyono 2014:412). Wawancara ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi dan data dari informan di lapangan mengenai penerapan *media relations* dalam mempertahankan reputasi Kementerian Pertanian Republik Indonesia sebagai sumber data. Wawancara yang dilakukan menggunakan daftar pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pada saat wawancara berlangsung. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai tiga orang informan. Informan yang penulis wawancarai adalah Marihot Hamonangan yang merupakan informan kunci selaku Kepala Bagian Humas dan Informasi Publik. Serta, Agus Sumantri S.Sos yang merupakan Kepala Sub Bagian Komunikasi dan Pemberitaan Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian.

a) *Key informan*

Nama : Ir. Marihot Hamonangan Panggabean, M.Si

Jabatan : Kepala Bagian Komunikasi dan Pemberitaan Media

Marihot Hamonangan Panggabean merupakan seorang yang menjabat sebagai Kepala Bagian Komunikasi dan Pemberitaan Media di Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian yang bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan kehumasan di lingkungan Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.

b) Informan pertama

Nama : Agus Sumantri S,Sos

Jabatan : Staff Biro Humas dan Informasi Publik

Agus Sumantri merupakan kepala subbagian Komunikasi dan Pemberitaan Media Cetak yang berada dibawah Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian. Tugas dan fungsinya yaitu menjalankan kegiatan pokok *media relations* sehingga hal itu yang membuat peneliti menjadikan Agus Sumantri sebagai informan.

2. Observasi non-partisipan

Observasi memiliki makna lebih dari sekedar teknik pengumpulan data, namun dalam konteks ini, observasi difokuskan sebagai upaya peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi dari sumber data primer dengan mengoptimalkan pengamatan peneliti (Indrawan & Yaniawati, 2016:134). Mengutip pernyataan Emzir (2014:39) membedakan observasi berdasarkan peran peneliti yakni menjadi observasi partisipan (*participant observation*), dan observasi non-partisipan (*non-participant observation*).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi non partisipan (*non-participant observation*). Alasan peneliti menggunakan jenis observasi non partisipan, karena dalam penelitian ini peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan *media relations* di Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian melainkan hanya mengamati terkait *media relations* di Biro Humas dan Informasi Publik.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2014:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen *profile* Kementerian Pertanian, arsip *press release* yang dibuat oleh Humas Kementerian Pertanian, daftar media massa serta gambar yang diambil oleh pemegang sebagai penguat data dan informasi observasi dan wawancara.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kementerian Pertanian selalu berusaha melakukan tugasnya dengan baik untuk mempertahankan reputasinya. Humas Kementerian Pertanian memiliki tanggung jawab yang wajib dilaksanakan untuk membina dan menjaga hubungan baik dengan publiknya karena humas berhubungan langsung dengan masyarakat yang kaitannya akan membentuk reputasi organisasi. Oleh karena itu salah satu tugas humas melakukan aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi seperti yang diungkapkan oleh Widjaja (2010:73) yaitu :

### 1. *Press Relations*

Dalam berhubungan dengan media, tugas humas adalah mengatur dan memelihara hubungan dengan baik yaitu dengan menyediakan group *whatsapp* yang dinamakan FORWATAN (Forum Wartawan Pertanian). Grup tersebut berisikan para wartawan yang tergabung dalam forum wartawan serta humas Kementerian Pertanian. Kepala bagian humas dan pemberitaan media Kementerian Pertanian selalu siap dihubungi jika media membutuhkan jawaban dari pertanyaan seputar pelayanan dan seputar Kementerian Pertanian. Humas Kementerian Pertanian juga selalu mengadakan *workshop* yang bertujuan mengenalkan Kementerian Pertanian dan mengajarkan bahasa kedinasan agar para media mengerti dan memahami beberapa istilah dalam dunia pertanian.

### 2. *Government Relations*

Mengatur dan memelihara hubungan dengan pemerintah. Kementerian Pertanian sebagai pemerintah pusat membutuhkan hubungan dengan beberapa instansi pemerintah lainnya seperti pemerintah daerah serta pihak pengamanan TNI dan POLRI. Pemerintah daerah membutuhkan pemerintah pusat untuk menyampaikan aspirasi masyarakat karena pemerintah daerah adalah sebagai wujud perwakilan masyarakat. Kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam infrastruktur pertanian tidak selalu dapat terealisasikan oleh pemerintah daerah karena keterbatasannya, maka pemerintah daerah menggandeng pemerintah pusat.

Selain dengan sesama lembaga pemerintah, humas juga menggandeng aparat penegak hukum untuk menjadi bagian dalam pelayanan kepada masyarakat.. Kementerian Pertanian yang bekerjasama dengan TNI dan POLRI selalu menjalankan kerja sama yang berlandaskan profesionalisme. Kegiatan yang dilakukan antara Kementerian Pertanian dengan TNI dan POLRI seperti melakukan panen produk pertanian bersama dengan Menteri Pertanian di suatu daerah dan pengamanan terkait ekspor dan impor produk pertanian.

### 3. *Customers Relations*

Hubungan yang terjalin antara pengguna jasa dengan pemerintah harus terjalin dengan baik sehingga tercipta hubungan timbal balik antara Kementerian Pertanian dan publik. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan sosialisasi. Sosialisasi dilakukan oleh humas Kementerian Pertanian kepada masyarakat di seluruh Indonesia pada setiap aktivitas masyarakat bidang pertanian. Kementerian Pertanian semakin mengembangkan inovasi untuk mempermudah pelayanan kepada masyarakat dengan diluncurkannya Toko Tani Indonesia. Era digital memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk membeli berbagai produk pertanian dengan mudah.

Menurut Noya (2011:70) Krisis sebagai "*turning point in history life*". Krisis yang terjadi di lingkup Kementerian Pertanian memberikan dampak negatif terhadap reputasi yang susah payah dibangun oleh Kementerian Pertanian. Setiap berita negatif akan sangat menarik bagi kalangan media massa untuk memberitakannya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya media yang meliput dan memberitakan tentang kasus korupsi yang berhasil diungkap oleh KPK. Humas Kementerian Pertanian langsung memberikan klarifikasi kepada media massa dan memberikan informasi terkait kasus tersebut. *Media relations* yang dilakukan oleh humas Kementerian Pertanian bertujuan untuk membina dan mengembangkan hubungan baik terhadap awak media untuk kepentingan lembaga. Menurut Yuliana (2014:9) *media relations* merupakan kedekatan media dengan humas Kementerian Pertanian, hal ini dapat dibuktikan bahwa kasus korupsi yang diberitakan oleh media massa tidak menyudutkan pihak Kementerian Pertanian, sehingga berita yang disampaikan kepada masyarakat bukan berita yang negatif namun bukan juga berita yang positif, berita tersebut menjadi netral. Hubungan

media dengan humas tidak hanya untuk kepentingan tugas semata, akan tetapi hubungan antar manusia yang membuat humas Kementerian Pertanian dan media menjadi lebih baik.

Marihot Hamonangan sebagai kepala bagian komunikasi dan pemberitaan Biro Humas dan Informasi Publik Kementerian Pertanian mengatakan bahwa hubungan antar pribadi antara media dengan humas lebih gampang dalam mengkomunikasikan tanpa ada hambatan karena adanya hubungan dengan orang yang dikenal menjadi lebih mudah memberikan informasi. Jika media dan humas tidak saling mengenal akan lebih sulit memberikan dalam hal penyampaian informasi. Pertama hubungan didasari tugas, kedua selalu membina hubungan antar personal. Bila dikaitkan dengan penelitian maka relasi humas Kementerian Pertanian dengan media harus dikembangkan guna meningkatkan kepercayaan, reputasi, dan tercapainya tujuan lembaga.

Kemampuan media massa yang dapat menjangkau masyarakat luas dan mempengaruhi masyarakat dengan berita yang diedarkan oleh media massa. Media dan humas memiliki ikatan yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Tujuan *media relations* humas Kementerian Pertanian adalah lembaga membutuhkan dukungan media massa dalam pencapaian tujuan organisasi. Menurut Rachmadi dalam Wardhani (2013:12) adalah

1. Memperoleh publisitas seluas mungkin.

Kementerian Pertanian merupakan lembaga pemerintah yang bertanggung jawab terhadap sektor pertanian di Indonesia. Seluruh masyarakat sudah mengetahui tentang Kementerian Pertanian. Hampir setiap hari selalu ada berita terkait Kementerian Pertanian, sehingga masyarakat mengetahui keberadaan Kementerian Pertanian.

2. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media

Media massa selalu meliput kegiatan terkini dari Kementerian Pertanian. Setiap kegiatan dan kejadian yang terjadi tak luput dari incaran para awak media seperti beberapa kasus korupsi dan impor yang ramai diberitakan oleh media massa. Para awak media datang ke Kementerian Pertanian untuk meliput kasus korupsi karena berhubungan juga dengan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) oleh karenanya kasus tersebut sangat menarik untuk diberitakan. Sekecil apapun yang terjadi pada Kementerian Pertanian, media selalu memberikan tempat untuk Kementerian Pertanian dalam mempublikasikannya.

3. Memperoleh umpan balik

Dengan adanya pemberitaan mengenai kasus korupsi tersebut banyak opini mengenai Kementerian Pertanian. Respon yang didapat setelah terjadinya kasus tersebut memang tidak bagus. Ada yang ragu untuk percaya terhadap pemerintah ada pula yang menganggap bahwa kasus tersebut hanya dilakukan oleh oknum tertentu bukan pemerintah secara umum. Namun karena kedekatan para awak media dengan humas Kementerian Pertanian, berita yang dikemas tidak terlalu menyudutkan pihak Kementerian Pertanian. Media memberikan berita tersebut dengan kemasan yang netral kepada masyarakat. Oleh karena itu feedback yang diterima oleh masyarakat masih dapat terselamatkan berkat *media relations*.

4. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan

Hubungan antara awak media dengan humas saling menghormati terkait dengan kasus tersebut. Media massa memberitakan berita yang bersifat netral tidak menyudutkan Kementerian Pertanian melainkan hanya oknum yang terlibat saja. Humas Kementerian Pertanian selalu bersedia melayani media yang datang ke kantor humas tanpa janji dan kepala bagian komunikasi dan pemberitaan media selalu bersedia dihubungi 24 jam oleh para awak media. Hal ini membuktikan bahwa rasa saling percaya dan menghormati antara humas Kementerian Pertanian dan media massa terjalin dengan baik.

Kegiatan pokok *media relations* yang dilakukan oleh humas Kementerian Pertanian menurut Abdullah (2001:80). adalah :

1. Konferensi Pers

Humas Kementerian Pertanian melakukan konferensi pers dalam menghadapi peristiwa besar, pada kasus korupsi yang melibatkan Direktorat Jenderal Kementerian Pertanian merupakan peristiwa besar yang dialami oleh Kementerian Pertanian. Menurut Agus Sumantri selalu Kasubbag KPMC apabila informasi kecelakaan sudah masuk media massa tim humas

Kementerian Pertanian akan melakukan konferensi pers secara mendadak untuk mengatakan yang sejujurnya kepada masyarakat.

#### 2. Kunjungan Pers

Kunjungan pers atau *press tour* adalah mengajak media masa untuk mengenal lembaga lebih jauh. Kunjungan pers dilakukan dalam satu tahun sekali, para awak media akan diajak untuk mengetahui seluk beluk Kementerian Pertanian tidak hanya itu para awak media juga akan dibekali pemahaman mengenai produk produk pertanian seperti pertanian, peternakan, perkebunan dan perikanan.

#### 3. Resepsi Pers

Humas Kementerian Pertanian mengundang para awak media untuk melakukan acara perkumpulan bisa mingguan maupun bulanan tergantung situasi, minimal humas Kementerian Pertanian mengadakan jamuan makan bersama dengan awak media, dengan acara yang rutin dilakukan tersebut minimal hubungan antar personal dapat terjalin dengan lebih baik lagi. Dapat disimpulkan bahwa membangun dan memelihara kontak dengan media massa itu, sangat dibutuhkan hal ini dilakukan oleh Kementerian Pertanian untuk mempererat hubungan antar personal sehingga relasi dengan media akan terjalin.

#### 4. Peliputan Kegiatan

Humas Kementerian Pertanian menganggap penting peliputan oleh media massa karena ketika perusahaan menghadapi masalah seperti kasus korupsi dapat mempertahankan reputasinya. Humas Kementerian Pertanian mengundang para awak media untuk meliput kegiatan seputar pertanian seperti panen raya, pemberian sumbangan oleh menteri pertanian, pelepasan ekspor dan impor serta berbagai kegiatan yang lainnya. Pengalihan isu yang masih ada kaitannya dengan kasus tersebut tentunya bisa dijadikan sebagai pengalihan isu, jadi berita korupsi bisa netral bahkan bisa hilang dengan berita baru.

Menjaga hubungan dengan media dilakukan oleh humas Kementerian Pertanian adalah hubungan simbiosis mutualisme antara media dan Kementerian Pertanian. Hubungan timbal balik antara media dengan humas dilakukan untuk menjaga reputasi Kementerian Pertanian. Strategi *media relations* menurut Iriantara (2011:77) terdiri dari 3. tahap yaitu :

##### 1. Mengelola Relasi

Dalam mengelola relasi humas Kementerian Pertanian tidak hanya menjalin hubungan dengan media massa sebagai hubungan kerja saja, tetapi hubungan antar manusia juga dijalankan oleh humas Kementerian Pertanian. Media membutuhkan humas dan humas membutuhkan pula media maka hubungan yang terjalin harus memiliki pola simbiosis mutualisme. Humas Kementerian Pertanian menganggap mengelola relasi dengan media sangatlah penting, menjalin relasi dengan baik akan menguntungkan kedua belah pihak. Hubungan yang baik tentunya akan menguntungkan dalam hal tugas dan pekerjaan.

##### 2. Mengembangkan Strategi

Pengembangan strategi dilakukan agar relasi dengan media dapat terpelihara dengan baik. Dalam mempertahankan reputasi, Kementerian Pertanian membentuk tim media dengan unit divisi humas, hal ini dilakukan agar ketika media membutuhkan data humas Kementerian Pertanian sudah memiliki data dari divisi yang lain. Pemberi statmem kepada media hanya pimpinan Kementerian Pertanian bukan anggota tim hanya mensupport data-data. Tentunya pimpinan memberikan informasi kepada media sesuai dengan SOP yang berlaku.

##### 3. Mengembangkan Jaringan

Mengembangkan jaringan dilakukan oleh humas Kementerian Pertanian dengan memiliki group *whatsapp* yang dinamakan Forum Wartawan Pertanian. Wartawan yang berada didalam grup tersebar dari berbagai media baik elektronik, cetak maupun *online*. Para awak media yang berada di grup tersebut tersebar juga dari berbagai wilayah karena jaringan yang terjalin tidak hanya dengan media nasional saja, melainkan dengan media lokal maupun internasional.

### SIMPULAN

Setelah peneliti melakukan penelitian bagaimana Penerapan *Media Relations* dalam mempertahankan reputasi Kementerian Pertanian Republik Indonesia, dapat disimpulkan bahwa Kementerian Pertanian selalu berusaha semaksimal mungkin memberikan pelayanan



terbaik kepada masyarakat. Dalam beberapa kasus pemberitaan negatif yang menimpa Kementerian Pertanian, reputasi Kementerian Pertanian menjadi sedikit menurun karena berita yang tersebar di media massa. Setiap pemberitaan yang menyangkut lembaga negara akan selalu menjadi perhatian dari publik oleh karena itu berita tersebut akan sangat diburu dan sangat menjual bagi media.

Humas Kementerian Pertanian menjawab semua pertanyaan media dengan memberikan data-data dan fakta terkait dengan kasus yang sedang hangat dibicarakan dengan sejujur jujurnya. Seperti konsep yang diungkapkan oleh Iriantana yaitu mengelola relasi, bagi Kementerian Pertanian hal tersebut cukup berhasil karena pemberitaan negatif menyangkut Kementerian Pertanian hanya bertahan beberapa hari saja sampai berita tersebut perlahan menghilang, karena relasi yang terjalin antara humas dan media massa berjalan dengan baik. Pengembangan strategi humas Kementerian Pertanian memposisikan pimpinan sebagai juru bicara pada setiap kegiatan *media relations*. Humas Kementerian Pertanian mengembangkan jaringan dengan tetap memelihara kontak wartawan yang tergabung dalam Forum Wartawan Pertanian dari berbagai media dan daerah jangkauan mediana.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2001). *Press Relation: Kiat Berhubungan dengan Media Massa (Cetakan kedua)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Anggoro, L. (2005). *Teori dan profesi kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ardianto, E. (2013). *Hanbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- CNNIndonesia, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20180919224053-92-331586/polemik-impor-beras-menko-darmin-salahkan-data-kementan>
- Creswell. (2013). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Cutlip, S.M. Allen H.C & Glen M.B. (2009). *Effective Public Relations: Edisi Kesembilan Cetakan Ketiga*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Emzir. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data. Cet. 4*. Jakarta: Rajawali Pers
- Firsan, N. (2009). *Krisis PR Strategi Public Relations Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Hidayat, F. (2018). Korupsi Pupuk, Eks Pejabat Kementan Dituntut KPK 8 Tahun Penjara. Detik.com, <https://news.detik.com/berita/d-4291634/korupsi-pupuk-eks-pejabat-kementan-dituntut-kpk-8-tahun-penjara>
- Indrawan, R. & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Iriantara, Y. (2011). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Jefkins, F. (2004). *Public Relations, ed kelima*. Jakarta: Erlangga
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2011). Pertanian.go.id. (2018). Kementerian Pertanian Raih Penghargaan Pengelola Informasi Publik. Diakses pada <http://www.pertanian.go.id/home/index.php?show=news&act=view&id=3450>
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations & Krisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif ed. 7*. Jakarta: PT Indeks
- Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Instansi Pemerintah. Diakses pada <http://jdih.ristekdikti.go.id/v0/?q=system/files/perundangan/1694813004.pdf>
- Prayudi. (2008). *Manajemen Isu dan Tantangan: Pendekatan Public Relations*. Yogyakarta: Pustaka Adipura
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing
- Putra, I. (2008). *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Rika, H. (2018). Polemik Impor Beras, Menko Darmin Salahkan Data Kementan.

- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Saputra, W. & Nasrullah, R. (2011). *Public relations 2.0 teori dan praktik public relations di era cyber*. Jakarta: Gramata Publishing
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardhani, D. (2008). *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wasesa, S.A. & Macnama, J. (2013). *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Widjaja. (2010). *Komunikasi: Komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara
- Yadin, D. (2014). *Public relations – Frank Jefkins disempurnakan oleh Daniel Yadin*(Edisi Kelima). Jakarta: Erlangga