

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi khususnya dalam kehidupan *modern*, dibutuhkan cara dalam mengatur bagaimana seseorang dapat berhubungan satu sama lain, begitu juga dalam konteks organisasi maupun perusahaan. Kualitas instansi perlu ditingkatkan agar terwujud kualitas yang semakin baik. Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* merupakan bagian terpenting dari sebuah lembaga atau instansi. Menurut IPRA “*International Public Relations Association*” humas merupakan fungsi manajemen terencana dan berkelanjutan melalui organisasi, lembaga swasta atau publik. Suprawoto (2018:47) menyatakan bahwa humas pemerintahan merupakan aktivitas lembaga yang melaksanakan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada *stakeholders* serta penghubung antara rakyat dengan pemerintahan. Salah satu cara yang dapat ditempuh humas pemerintah dalam meningkatkan kualitas instansi adalah dengan memanfaatkan hubungan media dalam diseminasi pesan dan pembentukan opini publik, yaitu melalui pemberian informasi yang jelas, terbuka, dan jujur kepada media massa, serta upaya membangun relasi yang baik dengan media untuk memperoleh publisitas positif.

Menurut Yosol Iriantara (dalam Nugroho dan Hudi 2019:7) *media relation* merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari humas eksternal dalam menjalin dan menciptakan hubungan baik dengan media atau pers sebagai sarana komunikasi antara instansi pemerintahan dengan *public* dalam mencapai tujuan instansi. Artinya, *media relation* merupakan salah satu agar dapat membangun citra positif. Humas pemerintah didorong untuk menjadi jembatan yang dapat mengembangkan hubungan baik dengan media. Hal ini senada dengan tujuan humas menurut Widjaja (dalam Nugroho dan Hudi, 2019:15) yaitu memelihara sikap yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi dengan publik yang harmonis dan menciptakan komunikasi publik yang baik.

Komunikasi publik adalah komunikasi yang dilakukan kepada orang banyak (*public*) dan pesan yang disampaikan berupa informasi, fakta, data, atau lainnya dengan tujuan memengaruhi publik dalam suatu kepentingan umum. Menurut Harsono (dalam Panuju 2018:86), komunikator komunikasi publik disesuaikan dengan topik pembicaraan, baik dari segi politik, sosial, ekonomi, budaya, dan lain-lain yang pada akhirnya akan melahirkan kebijakan baru. Humas pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam membuka ruang agar publik mendapatkan akses informasi. Humas sebagai fasilitator dalam menjalankan peran dan tugasnya yaitu dengan memberikan informasi aktual kepada masyarakat tentang kebijakan, aktivitas, dan langkah-langkah pemerintah secara terbuka, transparan, dan objektif. Dengan adanya keterbukaan informasi terhadap publik, instansi pemerintah dapat mewujudkan *good governance* dalam mendorong tata kelola pemerintahan yang baik dan transparan. Keterbukaan informasi publik yang dilakukan oleh setiap instansi pemerintah menjadi langkah strategis dalam mengawal dan mewujudkan tata kelola negara yang bersih, profesional dan berwibawa.

Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN) adalah salah satu instansi pemerintah dan merupakan eselon satu Kementerian Keuangan. DJKN mempunyai



visi menjadi pengelola kekayaan negara yang profesional dan akuntabel untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat dengan merumuskan dan melaksanakan kebijakan standardisasi teknis dibidang kekayaan negara, piutang negara, dan lelang sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Menteri Keuangan berdasarkan peraturan perundang-undangan. DJKN sebagai salah satu instansi pemerintah telah melaksanakan *media relations* yang dilaksanakan oleh Subdirektorat Hubungan Masyarakat pada seksi Komunikasi Publik yang bertujuan untuk membentuk opini publik dan menentukan berhasil atau tidaknya instansi dalam menciptakan citra positif di lingkungan masyarakat dalam hal keterbukaan informasi publik.

Bentuk komunikasi publik yang dilakukan Humas Direktorat Jenderal Kekayaan Negara dalam meningkatkan hubungan kelembagaan dan media adalah *media briefing*. Menurut Ruslan (dalam Syahputra 2019:192), *Press briefing* atau *media briefing* merupakan pertemuan yang diadakan mirip dengan suatu diskusi atau berdialog, saling memberikan masukan atau informasi cukup penting bagi kedua belah pihak. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memberitahukan, dan mengumumkan sebuah informasi atau kegiatan, baik yang sudah maupun yang akan dilaksanakan oleh organisasi kepada media massa. Dalam pelaksanaan *media briefing* DJKN, diperlukan proses yang dipersiapkan secara maksimal agar tujuan kegiatan dapat tercapai. Dengan demikian, Penulis membuat judul pada Laporan Akhir yaitu “Proses *Media Briefing* pada Seksi Komunikasi Publik Direktorat Jenderal Kekayaan Negara” sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat melalui media, sehingga menghasilkan timbal-balik positif dan saling menguntungkan.



Sekolah Vokasi
Rumusan Masalah
College of Vocational Studies

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, rumusan masalah yang dikaji dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana profil kegiatan *Media Briefing* Direktorat Jenderal Kekayaan Negara?
- 2) Bagaimana proses *Media Briefing* Direktorat Jenderal Kekayaan Negara?
- 3) Apa saja hambatan dalam proses *Media Briefing* DJKN dan bagaimana cara mengatasinya?

Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan penulisan Laporan Proses *Media Briefing* pada Seksi Komunikasi Publik Direktorat Jenderal Kekayaan Negara adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan profil kegiatan *Media Briefing* pada Direktorat Jenderal Kekayaan Negara.
- 2) Menjelaskan proses *Media Briefing* Direktorat Jenderal Kekayaan Negara.
- 3) Menjelaskan hambatan dalam proses *Media Briefing* DJKN dan bagaimana cara mengatasinya.

