



MEDIA RELATIONS

Pengertian dan fungsinya

Dyva Claretta

Media Relations ???

- Media Relations (Hubungan Media) –disebut juga Press Relations— adalah aktivitas menjalin hubungan baik dengan wartawan, kalangan pers, atau media massa.
- Hubungan media merupakan bagian dari tugas pokok dan fungsi dilakukan humas atau PR sebuah instansi. Tujuan utama media relations adalah membangun citra positif (*image building*) sebagai tugas utama humas.
- Media Relations dilakukan guna memperoleh publisitas, pemberitaan, atau liputan media seluas mungkin.

- Bentuk Media Relation paling populer adalah Siaran Pers ([Press Release](#)) dan Konferensi Pers ([Press Conference](#)).
- Menurut Al & Laura Ries dalam [buku](#) *The Fall of Advertising and The Rise of PR*, untuk dapat memenangi kompetisi atau satu-satunya cara untuk mengalahkan kompetitor adalah dengan cara memenangkan “pertempuran” di media massa.
- Media Relations wajib dilakukan Humas (Public Relations) sebuah lembaga agar berdampak pada meningkatnya *brand image* atau popularitas

Pengertian Media Relation

- **Frank Jefkins:** usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan
- **Sam Black & Melvin L.:** hubungan antara suatu organisasi dengan pers, radio dan televisi secara dua arah atau dua pihak

Definisi Media Relations

- Kegiatan-kegiatan dalam wujud bekerja secara langsung dengan pihak-pihak yang bertanggung jawab terhadap editorial (berita dan *feature*), *public service* dan *sponsored programming*.
- *Editorial* adalah produk yang dihasilkan oleh redaksi (editor) suatu organisasi media.



Fungsi Media Relation

- Meningkatkan citra perusahaan.
- Meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- Meningkatkan point of selling dari produk dan jasa.
- Membantu perusahaan keluar dari komunikasi krisis.
- Meningkatkan relasi dari beragam publik, seperti terhadap lembaga pemerintahan, perusahaan-perusahaan, organisasi kemasyarakatan, maupun individu.

Pentingnya Media Relations bagi PR

- Survei 400 eksekutif PR di AS pada th.2000 bhw media relations menempati 40% komponen utama kegiatan PR selain komunikasi internal, special events,, investor relations, community relations, charity, public affairs & government relations, penelitian & produksi iklan (Masduki, 2009:6)
- Contoh kasus: Bank BCA berhasil meningkatkan awareness publik terhadap berbagai produknya melalui acara Gebyar BCA.

Pers Relations to Media Relations

- Penemuan Mesin Cetak Abad 16, hubungan dengan media/pers dalam arti sempit, dikenal sebagai Pers Relations (Media Cetak).
- Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka istilah Pers Relations berubah menjadi Media Relations, yaitu hubungan dengan pers dalam arti luas (Radio, televisi, surat kabar, majalah, internet)

Media Relations (MR)

- Frank Jefkins: menggarisbawahi hal pokok tentang media relations dalam arti luas:
 - 1. hubungan dengan pers dalam arti luas (media cetak, media elektronik dan media baru)
 - 2. Tujuan pokok hubungan dengan media massa (pers) adalah menciptakan pengetahuan & pemahaman kepada publik, bukan hanya sekadar menyiarkan pemberitaan sesuai keinginan perusahaan. Poin penting adalah membuat masyarakat mengetahui & memahami perusahaan/organisasi yang diberitakan

- 3. Sesuai dengan visi PR, informasinya haruslah informasi yang benar sehingga kejujuran menjadi tuntutan dalam setiap pemberitaan

PRINSIP KERJA MR

- Menurut Jefkins, ada 6 prinsip kerja MR:
- 1. Memahami dan melayani media setiap saat.>> memahami **mediascape** dari media massa
- 2. Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya oleh media>>> supply informasi/materi-materi yang akurat
- 3. Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat

PRINSIP KERJA MR

- 4. Bekerja sama dalam penyediaan materi informasi, contoh: menyiapkan materi bersama (PR & Wartawan) dalam mempersiapkan acara wawancara/temu pers dg tokoh2 tertentu
- 5. menyediakan fasilitas verifikasi (membuktikan kebenaran) >> diperbolehkan untuk mengunjungi fasilitas/kondisi-kondisi organisasi yg akan diberitakan
- 6. membangun hubungan yang kokoh dengan media >> terpeliharanya keterbukaan, kejujuran, kerjasama, sikap saling menghormati

Media Relations membutuhkan pemahaman tentang media, meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. *Editorial Policy*, yaitu kebijakan redaksional –kriteria berita/tulisan yang layak muat (fit to print) atau layak siar (fit to broadcast) berdasarkan visi, misi, dan rubrikasi media.
2. *Frequency of Publication* –periode terbit, yaitu harian, mingguan, bulanan, dan sebagainya.
3. *Copy Date atau Dead Libe* –batas waktu masuknya berita ke editor/redaksi.
4. *Printing Process* –proses percetakan atau penerbitan.
5. *Circulations Area* –cakupan wilayah sebaran media atau jangkauan pembaca/audiens.
6. *Readership Profile* -karakteristik pembaca, penonton, atau pendengar, dari segi kelompok umur, jenis kelamin, tingkat sosial, profesi, hobi dan minat, kebangsaan, kelompok etnis, agama, dan orientasi politik.
7. *Distribution Method* — cara penyebaran media, misalnya dijual eceran di toko buku, eceran langsung di terminal, rumah ke rumah, atau berlangganan. (Jefkins, 1991).