



RELATIONSHIP WARTAWAN DENGAN HUMAS BPJS KETENAGAKERJAAN KANTOR PUSAT DALAM MELAKUKAN MEDIA RELATIONS

Della Wirdanuke

Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR
Jl. K.H. Mas Mansyur No.Kav. 35, RT.12/RW.11, Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang,
Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10220
No. HP: 087877051297
e-mail: wirdanuke@gmail.com

Naskah diterima tanggal 22 Maret 2021 direvisi tanggal 27 September 2021 disetujui tanggal
6 Oktober 2021

Abstrak

Humas BPJS Ketenagakerjaan menyadari bahwa posisi media memiliki peranan penting sebagai mediator dalam menyebarkan informasi antara organisasi pemerintahan dengan masyarakat. Kegiatan relationship yang dibangun dengan melaksanakan *gathering* ataupun acara untuk menyalurkan hobi para wartawan sehingga relationship yang terbangun semakin baik antar dua pihak. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana kegiatan relationship wartawan dengan humas BPJS Ketenagakerjaan Kantor Pusat. Teori yang digunakan adalah *relationship* oleh Devito (2013). Metode penelitian dalam penelitian ini, yaitu deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara secara mendalam dengan 1 narasumber internal dan 3 narasumber eksternal. Hasil penelitian ini adalah humas BPJS Ketenagakerjaan mempertahankan hubungan yang baik dengan wartawan agar pemberitaan dapat dipublikasi dengan pemberitaan yang positif. Humas BPJS Ketenagakerjaan mempertahankannya dengan mengajak wartawan liputan ke luar kota, *press gathering*, dan kegiatan untuk menyalurkan hobi para wartawan.

Kata Kunci: Relationship, humas, wartawan, BPJS Ketenagakerjaan, media relations.

Abstract

Public Relations of BPJS Ketenagakerjaan aware that the position of media has an important role as a mediator in disseminating information between government organizations and the community. Relationship activities are built by holding gatherings or events to represent the journalist hobby, so the relationship is built better between the two parties. The research aims to describe how the relationship between journalists and BPJS Ketenagakerjaan public relations works. The theory used is the relationship by Devito (2013). The research method in this research is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of in-depth interviews with 1 internal source and 3 external sources. The results of this research are public relations of BPJS Employment maintains a good relationship with journalists so that the news can be published with positive coverage. Public relations of BPJS Ketenagakerjaan maintain it by inviting reporters to do a report out of town, press gatherings, and activities to represent journalists' hobbies.

Keywords: Relationship, public relations, journalist, BPJS Ketenagakerjaan, media relations.

Pendahuluan

Sarana kehumasan yang efektif adalah menjalin, menjaga, dan membangun hubungan dengan wartawan agar citra atau reputasi suatu organisasi dapat ditingkatkan dengan hubungan yang sudah dipertahankan dengan baik. Dengan demikian, publik dapat melihat bahwa citra atau reputasi organisasi itu positif berdasarkan pemberitaan-pemberitaan yang telah dimuat di media massa (Lusiana, 2012). Humas BPJS Ketenagakerjaan menyadari bahwa posisi media memiliki peranan penting sebagai mediator dalam menyebarkan informasi antara organisasi pemerintahan dengan masyarakat. Hubungan yang terjalin antara humas dengan wartawan dilakukan dalam hubungan kemitraan maupun pertemanan. Hubungan ini diharapkan melakukan kerjasama yang jujur, akurat, dan berimbang dalam berbagai kegiatan.

Relationship wartawan dan humas BPJS Ketenagakerjaan dijelaskan dalam aspek *relationship rules* dari Devito (2016), yaitu *friendship*, *family*, dan *workplace rules*. Ketiga aspek tersebut merupakan aspek yang memiliki kesinambungan dalam penelitian ini. Dalam hubungan wartawan dan humas, diperlukan hubungan kerja yang baik, memperluas pertemanan di luar kantor, dan tentunya tetap menjaga profesionalisme dan etika dalam bekerja.

Media relations antara wartawan dan humas BPJS Ketenagakerjaan tidak hanya berlangsung secara formal saja antara perusahaan dengan media, namun juga sudah mengarah pada komunikasi personal dengan karyawannya. Wartawan dan humas melakukan pertemuan atau hubungan secara personal untuk berdiskusi atau bertukar pola pikir dalam

mempersiapkan suatu kegiatan. Hal ini cenderung lebih disukai oleh wartawan karena sifat wartawan yang ingin membangun hubungan pertemanan dalam proses kerja dengan humas, bukan semata-mata hanya untuk melakukan pekerjaan yang sesuai dengan kebutuhan humas atau memenuhi undangan yang diberikan dan berhenti sampai disitu (Fahrizal & Hadi, 2017).

Fenomena yang terjadi saat ini dalam melaksanakan kegiatan *media relations*, humas BPJS Ketenagakerjaan telah memperlakukan wartawan selayaknya teman. Salah satu hal yang dilakukan adalah menyelenggarakan kegiatan untuk menyalurkan hobi para wartawan dengan mengadakan lomba *billiard* atau futsal yang diadakan oleh para wartawan yang sudah bekerjasama dengan BPJS Ketenagakerjaan. Dalam satu tahun sekali, humas BPJS Ketenagakerjaan melaksanakan acara redaktur *gathering* yang dapat mempererat hubungan antara wartawan dan humas. *Media relations* tidak harus selalu dilakukan secara formal, seperti *press conference*, *press release*, *media gathering* saja, tetapi juga melakukan *hangout* bersama dengan para wartawan, berbagi cerita kehidupan personal satu sama lain, dan membahas pengalaman hidup masing-masing. Ini merupakan hal yang baik untuk dilakukan humas BPJS Ketenagakerjaan karena humas ingin para wartawan merasa nyaman dan dekat sehingga saat bekerja bersama dengan humas, wartawan sudah memiliki kepercayaan yang sudah terbangun.

BPJS Ketenagakerjaan melakukan *media relations* dengan tujuan agar media memiliki kepercayaan dan loyalitas terhadap BPJS Ketenagakerjaan sehingga

saat media mempublikasikan berita, maka isi berita tersebut berisikan *tone* yang positif dan dapat meningkatkan reputasi BPJS Ketenagakerjaan di masyarakat, khususnya para peserta BPJS Ketenagakerjaan. Farihanto (2014), dengan adanya pemberitaan positif yang ada di media massa, dapat lebih meningkatkan kepercayaan publik eksternal untuk tetap menjalin hubungan yang berkesinambungan dengan perusahaan.

Dalam wawancara khusus bersama Ari, Penata Madya Humas BPJS Ketenagakerjaan, meskipun ada aturan dalam kode etik jurnalistik pasal 6 yang menegaskan larangan bagi wartawan untuk menerima segala pemberian dari narasumber yang dapat mematikan fungsi kontrol pers, namun secara psikologis, setiap manusia membutuhkan *basic needs* berdasarkan hierarki kebutuhan maslow. Maslow dalam Feist J. dan Feist G. (2010) menuturkan bahwa kebutuhan yang paling dasar setiap orang adalah kebutuhan fisiologis atau *physiological needs*, seperti kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Dalam hal ini, meskipun tidak diperbolehkan dalam kode etik jurnalis yang dijelaskan dalam aturan dewan pers (2006), memberikan uang saku kepada wartawan adalah hal yang masih tabu sebab sulit untuk mengajak wartawan ikutserta dalam kegiatan perusahaan tanpa adanya uang saku. Meskipun begitu, keuntungan yang diperoleh oleh BPJS Ketenagakerjaan saat membina hubungan pertemanan dengan wartawan adalah apabila terdapat pemberitaan dengan isu yang negatif, wartawan akan mengonfirmasikan terlebih dahulu ke humas BPJS Ketenagakerjaan untuk memastikan isu yang tersebar valid atau tidak. Hal ini dilakukan karena adanya

kepercayaan dan loyalitas yang sudah terbangun seiring berjalannya waktu akibat pertemanan wartawan dan humas yang terjalin dengan baik.

Seniwati, Siti, dan Hasriyani (2016) mengungkapkan bahwa *media relations* yang dilaksanakan antara humas dan wartawan melakukan kerja sama yang baik, bukan hanya pada lingkup profesional saja, tetapi sudah sampai pada tahap personal. *Media relations* yang dilakukan saling membantu dan bermanfaat satu sama lain. Wartawan dan humas merupakan partner, teman, dan mitra kerja terdekat. Kerjasama yang dibangun oleh wartawan dan humas merupakan kerjasama yang saling menguntungkan (*simbiosis mutualisme*) dalam memenuhi tujuan organisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, hubungan yang terjalin antara wartawan dan humas dalam memenuhi pencapaian tujuan organisasi, perlu adanya komunikasi interpersonal yang kuat dan hubungan pertemanan serta profesionalisme dalam melakukan *media relations*. Selain itu, membangun rasa kepercayaan dan loyalitas antar wartawan dan humas bukanlah hal yang mudah untuk dibangun. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti tentang kegiatan *relationship* wartawan dan humas BPJS Ketenagakerjaan secara mendalam untuk melihat langkah-langkah apa saja yang dilakukan *media relations* humas dan wartawan dalam menjaga hubungan pertemanan tersebut sehingga dapat saling menguntungkan satu sama lain.

Rokach dalam DeVito (2013), mengungkapkan bahwa salah satu manfaat dalam *relationships* adalah untuk membantu seseorang agar tidak merasa kesepian. Dalam suatu hubungan seseorang akan merasa bahwa ada orang lain yang

peduli, menyukai, melindungi, dan mencintai. Ketika seseorang berkenalan dengan orang baru, satu sama lain tidak akan menjadi teman akrab dalam pertemuan pertama. Apabila ingin membangun hubungan yang lebih intim atau dekat, maka perlu adanya hubungan yang dibangun secara bertahap, melalui serangkaian tahapan yang akan dilalui (DeVito, 2013, p. 229-231). Dari teori *relationship*, terdapat penjelasan yang lebih mendalam dalam teori *relationship rules* yang dapat membantu mengklarifikasi berbagai aspek dalam hubungan. Aturan ini membantu mengidentifikasi hubungan yang berhasil dan gagal. Selain itu, teori ini akan memaparkan bagaimana suatu hubungan bisa gagal dan bagaimana cara untuk memperbaiki hubungan tersebut agar hubungan dapat kembali seperti semula. Apabila sudah mengetahui aturan-aturan ini, maka hubungan dapat dikembangkan dan dipertahankan. Aturan-aturan tersebut sebagai berikut a. *Friendship Rules*: membela teman, berbagi informasi, saling mendukung, dan percaya; b. *Family Rules*: perilaku yang dihargai yang dipengaruhi dengan lingkungan; c. *Workplace Rules*: kerja keras, bersikap kooperatif, tidak mengungkapkan rencana perusahaan, tidak menjalin hubungan romantis dengan karyawan lain, hindari kekerasan seksual, dan bersikap sopan (DeVito, 2013, p. 240-242).

Barbara Averill dalam buku Iriantara (2011) menguraikan *media relations* sebagai salah satu bagian dari humas yang merupakan sarana yang sangat penting untuk menopang keberhasilan program, dan efisien karena tidak memerlukan banyak dana untuk menginformasikan program yang akan

dijalankan dengan menggunakan teknik publisitas. *Media relations* merupakan bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi (p.28-29).

Frank Jefkins (1992) dalam Darmastuti (2012, p.45-47), humas harus memerhatikan hal-hal dalam penyelenggaraan *media relations* yang baik, yaitu memahami dan melayani media setiap saat, membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media, dan menyediakan salinan informasi yang mamdai dan akurat. Darmastuti (2012, p. 181) kegiatan yang bersentuhan dengan *media relations* dalam bentuk acara adalah konferensi pers, resepsi pers, kunjungan pers, *press calls*, *media briefing*, dan *media events*. Sedangkan dalam bentuk tulisan, seperti *press release*, *newsletter*, komunikasi elektronik, *banner*, dan *website*.

Iriantara (2011, p. 80-97) menjelaskan bahwa penting untuk memahami strategi yang dapat diterapkan dalam menjalankan *media relations*. Terdapat tiga strategi yang dijelaskan oleh Iriantara, yaitu (1) Mengelola relasi, komunikasi yang cukup intens di antara kedua belah pihak yang berkenaan dengan tugas pokok masing-masing, seperti memberikan kartu nama yang berisikan nomor telepon kantor, telepon seluler, telepon rumah, dan alamat -e-mail agar memudahkan pihak media menghubungi humas saat membutuhkan informasi. (2) Mengembangkan strategi untuk berkomunikasi dengan publik-publik yang menjadi khalayak sasaran kegiatan komunikasi dan relasi suatu organisasi

melalui praktik public relations khususnya media relations. (3) Mengembangkan jaringan, salah satu caranya adalah memasuki organisasi-organisasi profesi atau memiliki kontak dengan organisasi profesi humas atau wartawan. Relasi dengan wartawan akan membuka peluang untuk dijadikan sebagai sumber berita. Membuka dan memperluas jaringan pada dasarnya merupakan bagian dari upaya untuk membangun hubungan yang baik dengan media massa.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bidang penyelidikan yang berdiri sendiri, menyinggung aneka disiplin ilmu, bidang, dan tema. Serumpun tema, konsep, dan asumsi yang rumit dan saling berkaitan menyelimuti tema penelitian kualitatif (Denzin & Lincoln, 2009, p. 1). Dengan pendekatan kualitatif ini dapat menggali dan memberikan realitas sosial yang lebih mendalam tentang pelaksanaan *media relations* humas BPJS Ketenagakerjaan dan kegiatan relationship dengan wartawan dengan menggali informasi sebanyak mungkin dari narasumber yang berasal dari BPJS Ketenagakerjaan dan wartawan yang memiliki hubungan pertemanan dengan humas BPJS Ketenagakerjaan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara secara mendalam untuk memperoleh data primer. Informan dalam data primer tersebut terdiri dari Penata Utama Humas BPJS Ketenagakerjaan, Ade Adityawarman. Kemudian, informan eksternalnya adalah tiga wartawan dari Wartakota (Viny Rizky Amelia), Pikiran Rakyat (Satrio Widiyanto), dan Kedaulatan Rakyat (Syaifullah Hadmar). Data sekunder diperoleh dari artikel jurnal, buku-buku

yang relevan, internet, dan dokumen perusahaan. Wawancara lapangan melibatkan pertanyaan, mendengarkan, mengungkapkan, mencatat, merekam apa yang dikatakan, serta proses diskusi bertukar informasi melalui pertanyaan yang diajukan dan pemberian jawaban mengenai topik yang dibahas dalam konteks percakapan non formal (Neuman, 2014, p. 461).

Fokus penelitian dalam penulisan ini terdiri dari tiga elemen, yaitu a. *Friendship Rules* dengan evidensi berbagi informasi, saling mendukung, percaya, dan membuat teman merasa senang,. b. *Family Rules* dimana perilaku yang dihargai di setiap keluarga, dan c. *Workplace Rules* dengan evidensi kooperatif dalam tim, kerja keras, tidak mengungkapkan rencana perusahaan kepada perusahaan lain, hindari kekerasan seksual, dan bersikap sopan (Devito, 2013, p. 240-242). Waktu dan tempat penelitian ini dilakukan di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Pusat, Deputi Direktur Bidang Hubungan Masyarakat dan Antar Lingkungan pada bulan September 2019 s.d. Mei 2020.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada aspek *friendship rules*, perilaku yang baik itu dengan berbagi informasi, saling mendukung, dan percaya sehingga dalam hal ini hubungan yang terjalin antara wartawan dengan humas BPJS Ketenagakerjaan baik dan harmonis. Selain itu, kepercayaan yang terbangun berkembang seiring berjalannya waktu. Dalam menyampaikan informasi atau mengedukasi wartawan, humas melakukan pendekatan secara kekeluargaan, membina media dengan baik, dan memberikan data informasi yang

akurat sehingga hal ini bisa diinterpretasikan bahwa temuan analisis sesuai dengan *friendship rules*.

Dalam aspek *family rules*, perilaku yang dihargai oleh humas BPJS Ketenagakerjaan kepada wartawan adalah dengan mengadakan suatu kegiatan lomba karya tulis dengan target peserta adalah wartawan. Hal ini merupakan bentuk apresiasi dari humas kepada wartawan dengan memberikan hadiah bagi para pemenang lomba. Humas BPJS Ketenagakerjaan menerapkan perilaku ini untuk menghargai setiap kinerja yang telah dilakukan oleh wartawan dalam meliput berita yang positif tentang BPJS Ketenagakerjaan.

Aspek *workplace rules* mengatur bagian dari budaya perusahaan atau organisasi. Dalam hal ini, dibutuhkan sikap yang kooperatif dalam tim, tidak mengungkapkan rencana perusahaan kepada perusahaan lain, dan bersikap sopan terhadap kolega. Berdasarkan hasil analisis, wartawan dengan humas BPJS Ketenagakerjaan sudah melakukan kinerja yang kooperatif. Wartawan bersikap profesional dengan tidak mengungkapkan berita yang belum terbukti kebenarannya dan belum dirilis oleh humas BPJS Ketenagakerjaan. Dengan begitu, humas sudah melakukan aspek *workplace rules* dengan baik dan sudah sesuai secara teori. Humas BPJS Ketenagakerjaan telah mencakup keempat aspek atau elemen kegiatan *relationship* dengan baik dan tepat pada saat memposisikan sebagai rekan kerja dan teman dekat untuk wartawan. Kegiatan *relationship* antara kedua belah pihak berhasil dalam mempertahankan hubungan pertemanan serta rekanan kerja, terbukti dari kegiatan yang dilakukan seperti *gathering*, liputan di luar kota, dan

menceritakan pengalaman masing-masing. Oleh sebab itu, kegiatan *relationship* yang dilakukan oleh wartawan dengan humas BPJS Ketenagakerjaan berada dalam lingkup hubungan pekerjaan yang sesuai dengan teori *media relations*.

Kesimpulan

Kegiatan *relationship* wartawan dengan humas BPJS Ketenagakerjaan bersifat secara kemitraan dan profesionalisme yang berdasarkan aspek *workplace rules*. Humas BPJS Ketenagakerjaan mempertahankan hubungan yang baik dengan wartawan agar pemberitaan tentang perusahaan dapat dipublikasi dengan *tone* pemberitaan yang positif serta memberikan informasi yang berguna untuk publik. Selain itu, humas BPJS Ketenagakerjaan memberikan layanan yang terbaik untuk wartawan sehingga wartawan merasa nyaman ketika bekerjasama yang dapat berpengaruh terhadap informasi atau pemberitaan yang dipublikasi di media.

Apabila terdapat pemberitaan yang negatif tentang BPJS Ketenagakerjaan ini dapat mengacu pada aspek *friendship dan workplace rules* yang menjelaskan bahwa humas dengan cepat mengklarifikasi hal tersebut kepada wartawan. Dalam hal ini, wartawan mengaku bahwa dalam merespon suatu berita, humas BPJS Ketenagakerjaan selalu merespon dengan cepat, baik melalui pesan *Whatsapp* ataupun telepon. Dengan begitu, pemberitaan akan cepat naik ke publik dan informasi tersebar dengan cepat dan akurat sesuai fakta dan data yang dikeluarkan oleh BPJS Ketenagakerjaan. Selama bekerjasama, humas BPJS Ketenagakerjaan sering melakukan kegiatan bersama dengan wartawan dalam menyalurkan hobi para wartawan,

mengadakan lomba karya tulis, mengajak liputan ke luar kota dan diberikan tambahan uang saku. Dengan hal ini, terbukti bahwa *friendship rules* dan *workplace rules* yang terlihat dari perilaku humas kepada wartawan sudah sesuai dan dilakukan dengan baik selama melakukan kerjasama.

Daftar Pustaka

- Azwar. (2018). *4 Pilar Jurnalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik* (1st ed.). Jakarta, Indonesia: Prenadamedia Group.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi, & Aplikasi*. Yogyakarta, Indonesia: Andi Offset.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Pelajar.
- Devito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book* (13th ed.). New Jersey, USA: Pearson Education, Inc.
- Fahrizal, G., & Hadi, P. (2017). Strategi ASIAPR Dalam Memperkuat Hubungan Media Dengan Forum Wartawan Otomotif. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 1(2), 104.
- Farihanto, M. N. (2014). Teman Tapi Mesra Humas dan Wartawan: Studi Kasus Strategi Hubungan Media di Bidang Humas dan Protokoler Universitas Ahmad Dahlan, 7(2), 53-63.
- Feist, J., & Feist, G. (2010). *Teori Kepribadian: Theories of Personality*. (Handriatno, Trans.) [1st ed.]. New York, USA: McGraw-Hill.
- Iriantara, Y. (2011). *Media Relatiojns Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- Lusiana, I. I. (2012). Media Relations dan Kepuasan Wartawan Atas Layanan Kehumasan di Kabupaten Brebes. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1 (1), 87-97.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. [7th ed.]. London, UK: Pearson Education Limited.
- Seniwati S., Siti, H., & Hasriyani, A. (2016). Peran Public Relation dan Media Relation dalam Membangun Subiakto, H., & Ida, R. (2014). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi* (2nd ed.). Jakarta, Indonesia: Prenadamedia Group.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Jakarta, Indonesia: Prenadamedia Group.