
EVENT “NGAWANGKONG” HUMAS PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN BANDUNG

Rieska Arsheila Utama¹, Leili Kurnia Gustini², Heddy Setiawan³

Politeknik LP3I, Jl. Pahlawan No.59, rieskaarsheilasutama.r18km@plb.ac.id,
leilikg@plb.ac.id, heddysetiawan@plb.ac.id

ABSTRACT

The Public Relations of Bandung Regency is a regional apparatus that plays an important role in the progress of existing programs in the Bandung Regency Government. In early 2018 the Regent of Bandung H Dadang Naseer made a program that aims to establish good friendship between the Bandung regency government and the media press crew. The research contained in to find out how the efforts of the Public Relations of Bandung Regency in building a reputation, improving coordination with the media and improving facilities in this ngawangkong event.

The research method used is descriptive qualitative method, namely describing, describing, and analyzing based on the results of research at the Regional Secretariat of Bandung regency. The data collection conducted by researchers includes the case study method by finding direct information based on facts in the field, then also using the method of observation, interviews and documentation.

The author concludes that the non-work event for the public relations of the Bandung regency regional secretariat is going well.

Keywords: Event¹, Pres² Ngawangkong³.

ABSTRAK

Humas Kabupaten Bandung merupakan perangkat daerah yang sangat berperan penting dalam kemajuan program program yang ada di Pemerintah Kabupaten Bandung. Pada awal tahun 2018 Bupati Bandung H. Dadang Naseer membuat program yang bertujuan untuk menjalin silaturahmi yang baik antara pemerintah kabupaten Bandung dengan awak pers media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya Humas kabupaten Bandung dalam membangun reputasi, memperbaiki koordinasi dengan media dan meningkatkan fasilitas di dalam Event ngawangkong ini.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yaitu memaparkan, mendeskripsikan, dan menganalisa berdasarkan hasil penelitian di Sekretariat daerah kabupaten Bandung. Adapun pengumpulan data yang dilakukan peneliti diantaranya metode studi kasus dengan mencari informasi langsung berdasarkan fakta yang ada di lapangan, selanjutnya juga menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penulis memperoleh kesimpulan bahwa Event ngawangkong untuk humas sekretariat daerah kabupaten Bandung berjalan dengan baik.

Kata Kunci: event¹, pers², ngawangkong³.

PENDAHULUAN

Reputasi secara umum didefinisikan sebagai a picture of mind, atau gambaran yang ada dalam benak seseorang. Reputasi atau bisa disebut citra dapat berubah menjadi buruk apabila dalam prakteknya ternyata tidak didukung oleh berbagai aspek yang mempengaruhi reputasi seperti kemampuan atau keadaan yang sebenarnya. Orang-orang yang membaca keadaan melalui persepsi tersebut akan menilai dan terciptalah citra atau reputasi. Penggambaran citra digambarkan melalui empat komponen yaitu, persepsi, kognisi, motif, dan sikap. Sedangkan reputasi dalam humas adalah sebuah konsep yang sulit didefinisikan secara tegas. Reputasi adalah intangible asset yang sulit diukur dan dijelaskan keberadaannya karena reputasi bukan sebuah produk yang dapat dilihat atau konkrit.

Reputasi Humas Kabupaten Bandung sangat mempengaruhi kinerja dan loyalitas dari staff Pemerintah Kabupaten Bandung. Media Relations merupakan salah satu kegiatan eksternal yang dilakukan oleh praktisi humas untuk melakukan hubungan baik dengan media massa. Hubungan baik dengan media massa tidak terlepas dari strategi untuk mengawasi atau meredam pemberitaan buruk mengenai Instansi Pemerintah yang dapat menurunkan citra positif. Menurut (Iriantara, 2005;32) mengartikan Media Relations merupakan bagian dari Public Relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Humas menjadi jembatan untuk menjalin hubungan baik dan harmonis perusahaan atau Instansi pemerintahan kepada publiknya yang bertujuan agar terciptanya pengertian,kepercayaan dan kerjasama diantara keduanya. Salah satu cara yang semestinya dilakukan oleh Intansi Pemerintahan dalam memberikan informasi semestinya menyebar dan menyeluruh agar ada kerjasama yang baik dalam merealisasikannya. Karena penyampaian informasi yang baik pada akhirnya akan mampu meningkatkan image intansi pemerintah,sehingga citra yang akan didapat terus meningkat. Penyampaian informasi terhadap publiknya agar dapat menyebarluaskan pemikiran dan gagasan pemerintah untuk membangun publik bersama – sama. Penyampaian informasi tersebut juga membuat publik merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik oleh intansi pemerintah. Penyampaian informasi yang baik

kepada publiknya bukan merupakan sesuatu yang mudah, mengingat banyaknya kendala yang dihadapi baik dari dalam instansi pemerintah maupun dari luar instansi pemerintah.

Humas dalam dunia pemerintah harus peka terhadap isu atau permasalahan yang ada. Selain peka terhadap isu atau permasalahan yang ada Humas Kabupaten Bandung juga harus membangun reputasi yang baik terutama di lingkup pemerintahan kabupaten bandung. Setiap permasalahan yang ada di pemerintahan kabupaten bandung, Humas harus bisa mengatasi isu yang dinilai dapat menjatuhkan citra pimpinan daerah. Penghujung tahun 2019, pemerintah kabupaten (pemkab) bandung melalui bagian humas dan protokol menggelar kegiatan media relations (hubungan dengan media).

Kegiatan tersebut merupakan salah satu manifestasi dari konsep pembangunan pentahelix yang saat ini diterapkan Pemkab Bandung dalam melaksanakan proses pembangunan. Konsep Pentahelix merupakan konsep pembangunan, dimana unsur akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah dan , media bekerja sama untuk mencapai peningkatan dan percepatan pembangunan di bidang pariwisata. Sehingga Pemerintah Kabupaten Bandung membuat suatu acara berbagi informasi dan silaturahmi antara awak media massa dan pemerintah daerah yang dikemas secara santai dan menarik dilengkapi kudapan tradisional dan minuman kopi khas kabupaten bandung. Yang dikenal dengan “Event Ngawangkong”. Acara yang rutin digelar jumat pagi tersebut, kali ini menampilkan host Bupati Bandung Dadang M.Naser dan berlangsung di rumah dinas Bupati Soreang, Jum'at (20/12/2019). Dalam kesempatan itu, Bupati Dadang Naser mengingatkan jajarannya untuk terbuka kepada media.

Acara tersebut melibatkan seluruh kepala perangkat daerah (PD) untuk silaturahmi dengan awak pers, mulai dari media cetak, elektronik hingga media online. Begitupula sebaliknya, media harus memahami dengan apa yang tengah dihadapi pemerintah. "Ketika ada informasi negatif terhadap pemerintahan, media harus mengkonfirmasi dahulu terkait kebenarannya. Sebaliknya juga, perangkat daerah harus memfasilitasi apabila ada rekan media yang hendak mengkroscek suatu informasi," imbuh Bupati Dadang Naser.

Kegiatan media relations ini tak hanya dilakukan bersama awak pers, di hari yang sama usai acara Ngawangkong, Dadang Naser melakukan pertemuan dengan pemimpin pedaksi (pemred) sejumlah media. Acara diskusi ringan sambil ngopi bareng bertajuk „Ngawangkong bari Ngopi“, digelar Humas Pemerintah Kabupaten (pemkab) Bandung

pertama kalinya. Selain untuk menjalin silaturahmi dan sinergitas antara para jurnalis dengan Kepala Daerah, beberapa isu strategis yang berkembang di masyarakatpun menjadi topik pembahasan. Di ikuti lebih dari 30 awak media, diskusi hangat terjadi saat Bupati menjawab isu soal infrastruktur, bencana dan sampah di Kabupaten Bandung. Didampingi beberapa kepala dinas, tanya jawabpun meriah dengan diakhiri pemberian apresiasi sebuah telepon selular kepada salah satu jurnalis yang beruntung.

Dalam melakukan penelitian ini terdapat beberapa masalah yang sudah diidentifikasi yaitu : 1). Banyak nya berita negative yang di kemukakan oleh media terhadap pemerintah kabupaten bandung , dan masih banyak masalah-masalah yang belum terungkap oleh media di dalam event ngawangkong. 2). Kurangnya terjalin relasi yang baik antara Pemkab Bandung dengan media dan kurangnya fasilitas dari Pemkab Bandung terhadap media di acara event ngawangkong. 3). Kurangnya kerja sama relasi dengan media online maupun offline. 4). Kurangnya koordinasi untuk menghadirkan narasumber.

Secara sederhana reputasi bisa diartikan sebagai kepercayaan atau pandangan umum bahwa seseorang atau sesuatu itu memiliki kebiasaan atau karakteristik tertentu (Iriantara, 2013:91). Umumnya, reputasi digambarkan sebagai persepsi atas kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan seluruh stakeholder. Ini merupakan sintesis dari sikap individu terhadap perilaku masa lalu organisasi dan prospeknya masa depan. Reputasi menurut The Chartered Institute of Manajemen Accountants yang dikutip oleh Iriantara dalam buku Manajemen Humas Sekolah menyatakan bahwa “Reputasi merupakan perwujudan konsep citra dan nilai sebuah organisasi, sehingga dengan sendirinya terkait erat dengan konsep tanggung jawab organisasi itu”. (Iriantara, 2013:91).

Reputasi menurut Basya (2006) “Menjelaskan bahwa reputasi adalah suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara. Reputasi tidak dapat diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai baik oleh publik. Reputasi juga baru bertahan dan sustainable apabila konsistennya perkataan dan perbuatan. (Basya, dalam Basya dan Sati, 2006:6). “

Dan reputasi menurut Firsan Nova (2014) menjelaskan bahwa “Reputasi adalah akumulasi dari persepsi-persepsi dan pendapat-pendapat tentang organisasi yang berada dalam pikiran seluruh stakeholder. Reputasi dibangun dalam waktu yang lama. Reputasi

didasarkan pada persepsi dari semua publik organisasi, setelah mereka membandingkan kinerja perusahaan dengan harapan-harapannya. Reputasi merupakan asset perusahaan yang tidak tampak namun mempunyai dampak yang sangat besar bagi perusahaan. Reputasi yang baik merupakan tanggung jawab yang besar. Dibutuhkan waktu 10 tahun untuk membangun reputasi, tetapi cukup satu menit saja untuk meruntuhkannya. (Firsan Nova:2014)”.

Dan yang terakhir reputasi menurut John Dalton dalam *managing corporate reputation* menyatakan bahwa “*Reputation is the sum values that stakeholders attribute to a company, based on their perception of the image that the company communicates over time* (reputasi adalah total penilaian dari atribut-atribut stakeholder pada perusahaan berdasarkan pada image/citra perusahaan yang dikomunikasikan secara terus menerus)”. Dari pengertian di atas jelas kiranya sebuah reputasi harus diusahakan serta diperjuangkan. Bahkan menurut John Dalton *Corporate image can be created, but corporate reputation must be earned*. Artinya, untuk membuat suatu reputasi benar-benar harus memiliki langkah dan perencanaan yang tepat dan berjalan secara terus menerus dengan menjadi pendengar apa yang dikatakan para stakeholder perusahaan.

Pemerintahan

Secara etimologis kata pemerintahan berasal dari kata pemerintah, berasal dari kata pemerintah, yang berarti menyuruh melakukan suatu pekerjaan (Pamuji, 1985: 22). Tinjauan asal kata pemerintahan berasal dari bahasa Inggris *Government* berarti pemerintah banyak tulisan. Ada yang berpendapat bahwa *government* tidak selalu memiliki makna pemerintahan, Finer mengartikan *government* sebagai *public servant*, yakni pelayanan. Kesimpulan kata “*government*” berarti : 1). Menunjukkan kegiatan/proses pemerintah ; melakukan kontrol atas pihak lain. 2). Menunjukkan pada masalah-masalah negara dalam kegiatan/proses yang dijumpai. 3). Menunjukkan cara,metoda/sistem di mana suatu masyarakat tertentu diperintah. Secara normatif, keberadaan pemerintah merupakan salah satu unsur dari tiga unsur penting berdirinya sebuah negara modern, di samping rakyat dan wilayah. Oleh rakyat yang bersangkutan, sebuah organisasi pemerintah diberikan kekuasaan untuk menjalankan pemerintahan guna melayani kepentingan rakyat sebagai salah satu tugas pokoknya.

Dalam Konstitusi, dirumuskan struktur kekuasaan eksekutif, legislatif dan yudikatif yang akan menjadi pilar utama organisasi negara dalam mencapai tujuannya. Ini kemudian disebut sebagai organ atau lembaga pemerintahan yang mencakup tiga unsur utama tersebut, dan bukan saja unsur pemerintah dan eksekutif, tetapi governance yaitu keseluruhan penyelenggaraan proses pemerintahan yang sesungguhnya cakupannya lebih luas dari sekadar rumusan sederhana berupa trias politika. Tujuan utama dibentuknya pemerintahan adalah untuk menjaga suatu sistem ketertiban, di mana masyarakat bisa menjalani kehidupannya secara wajar.

Pemerintah dibentuk untuk melayani atau sebagai pelayan masyarakat atau abdi negara. Sebagai abdi masyarakat atau abdi negara ini, pejabat pemerintahan mendapat tugas antara lain menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap anggota masyarakat mengembangkan kemajuan kreativitasnya demi mencapai kemajuan bersama. Dari tujuan tersebut dijabarkan dalam tugas pokok dan fungsi pemerintahan dalam bentuk rincian kegiatan dan sejumlah ukuran keberhasilan kinerjanya. Di samping proses implementasinya yang dianggap paling krusial, mekanisme pengawasan dan evaluasi kebijakan yang diimplementasikan.

Humas atau Public Relations adalah kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi, penggiatan persuasi, dan pengkajian pendapat umum. Sasaran yang dituju adalah publik di dalam organisasi dan publik diluar khalayak. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik/khalayak. Tujuan Public Relations (PR) adalah untuk menjaga atau membina hubungan baik dengan publiknya, melalui komunikasi dua arah. Tujuan utama Public Relation dapat di jelaskan seperti contoh Performance Objective yaitu untuk mempresentasikan citra perusahaan kepada publiknya (*Stakeholder*), melaksanakan serangkaian kegiatan untuk membentuk dan memperkaya identitas dan citra perusahaan di mata *Stakeholder*.

Media relations adalah hubungan yang baik dengan pihak media massa tersebut dibangun melalui suatu kejujuran, serta mau membantu untuk pelayanan pemberian sumber berita atau informasinya yang diperlukan dalam suasana saling menghormati, dan adanya keterusterangan (Ruslan, 2007:172). Hubungan baik dengan pers dapat merupakan pelaksanaan yang sukses bagi petugas humas, bagaimanapun juga, media massa merupakan saluran informasi yang sangat andal. Mengatur wartawan melalui dana

bukanlah suatu langkah yang dapat diandalkan. Profesionalisme wartawan tak dapat selalu diatur dengan cara demikian. Kerja sama humas dan wartawan harus didasarkan atas sikap saling menghargai masing-masing bidang profesinya (Tondowidjodjo, 2002:33).

Peran dalam media relations memiliki beberapa peran yang dapat dilakukan oleh Public Relations yaitu bertindak sebagai interpreter. Menurut Philip Lesly, Public Relations harus mampu menginterpretasikan dinamika dan kebutuhan serta perilaku publik terhadap manajemen dan sebaliknya. Sebagaimana diketahui, organisasi hidup dalam masyarakat yang senantiasa berubah kapan saja. Organisasi harus tanggap dan peka dengan berbagai perubahan yang mungkin berdampak negatif terhadap organisasi. Untuk itu diperlukan antisipasi terhadap perubahan yang seperti apapun, dan di sinilah dibutuhkan peran Public Relations untuk melakukan monitoring dan evaluasi.

Di samping itu peran yang kedua yang bisa dilakukan adalah peran sebagai lubricant, pelumas atau pelicin untuk terciptanya hubungan media yang harmonis dan efisien (harmonious and efficient media communication and relationship), pada peran ini Public Relations diharapkan dapat mencegah timbulnya friksi dalam hubungan dengan media dengan senantiasa menjalin hubungan baik dengan media melalui media gathering, membuat special event dengan insan media, pers tour dan sebagainya.

Press relations atau press Release atau siaran pers adalah dokumen yang disebarluaskan oleh perusahaan atau organisasi dengan tujuan agar sebagian atau bahkan seluruh isinya dikutip oleh media massa dalam pemberitaan, khususnya pada media seperti televise, radio, surat kabar, majalah, dan beberapa media cetak lainnya. Alat publikasi ini penting, karena lebih berpengaruh ketimbang periklanan, di samping itu juga tidak memerlukan biaya untuk sewa kolom surat kabar, slot waktu untuk radio dan televise atau ruang untuk media luar ruang sehingga dapat menghemat anggaran PR.

Berkembangnya kemajuan teknologi komunikasi saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa press release bisa juga ditulis pada media on line (website perusahaan). Fenomena media on line ini memang memungkinkan PR tidak mengirim press release ke media massa bahkan media mencarinya dengan cara mengakses situs perusahaan tersebut. PR pun dapat secara regular menulis release meskipun tidak semuanya mengandung nilai berita penting. Namun bukan berarti kehadiran website ini menggantikan media massa konvensional lainnya (seperti surat kabar, televise, dan radio). Karena web site ini

sifatnya hanya saling melengkapi atau berfungsi sebagai pelengkap atau kepanjangan tangan dari media konvensional. Walau dengan media online memungkinkan PR menulis lebih detail berita yang diinginkan. Namun PR tetap harus mengirim press release ke media massa meskipun sudah mempunyai situs sendiri.

Ada berbagai alasan mengapa PR tetap harus mengirim press release ke media massa. Di antaranya tentu untuk tetap dapat menjalin hubungan harmonis dengan media, untuk itu tetap berinisiatif mengirimkan informasi ke media. Karena khalayak web site terbatas dibanding khalayak media. Untuk menjangkau khalayak yang lebih luas maka mengirim press release ke media konvensional tetap perlu dilakukan.

METODE PENELITIAN

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kualitatif. Di dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan studi kasus. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007;6). Dalam penelitian ini penulis melakukan penjelajahan terhadap masalah dengan mempelajari suatu kasus tentang Event ngawangkong guna mendapatkan gambaran secara menyeluruh dan mendalam tentang penelitian ini. Objek dalam penelitian ini adalah Event Ngawangkong di Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung jl Soreang.

Objek penelitian ini adalah Kegiatan ngawangkong ini diadakan oleh humas Pemkab Bandung yang bekerja sama dengan Pr fm selaku Event organizer ngawangkong ini. Humas Pemkab juga merencanakan bahwa kedepannya akan ada lagi program untuk menjalin relasi yang baik antara Pemkab dan media. Kegiatan ngawangkong ini juga kedepannya akan lebih dimaksimalkan kembali dan lebih dipersiapkan kembali sehingga hasilnya pun lebih maksimal.

Lokasi yang penulis pilih ada di wilayah pemerintah kabupaten Bandung yang bertempat di “ Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung” yang beralamat di Komplek Pemda, Jl. Raya Soreang Cincin No.Km, 17, Kec. Soreang, Bandung, Jawa Barat 40922.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Penulis mengamati kegiatan Press Relation dan Media Relation di Humas Setda Bandung dengan melakukan wawancara dengan Kepala Sub Bagian Dokumentasi. Biasanya

disusun kedalam teks yang diperluas. teknik analisa data dilakukan melalui tahapan : 1). Studi Keputsakaan : Buku-buku mengenai komunikasi pemasaran ,jurnal penelitian dan jurnal ilmiah,dan sesuatu yang bermanfaat sebagai referensi untuk kelangsungan penelitian ini. 2). Studi lapangan terdiri dari: a). Observasi melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas atau proses Penelitian Event ngawangkong di Setda Kab Bandung. b). Wawancara kepada Staff Humas Setda Kab Bandung dan Kepala Bagian Dokumentasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung. c). Dokumentasi, melakukan dokumentasi pada setiap pelaksanaan Event Ngawangkong yang digunakan untuk melengkapi hasil Observasi dan wawancara.

Sampel yang diambil untuk penelitian ini peneliti melakukan observasi wawancara yang dilakukan 6 (enam) orang tiga penyelenggara dan tiga rekan media diantaranya ada penyelenggara event ngawangkong : 1). Anne Rahmawati selaku kepala bagian dokumentasi dan pimpinan. 2). Immanudin selaku kepala bagian hubungan antar media. 3). Risnendy selaku kepala bagian release. Untuk rekan media sekaligus peserta event ngawangkong ada 3 sampel juga yaitu : 1). PR FM, 2). Jabar Express, 3). Galamedia.

Analisis data dalam penelitian ini Berdasarkan hasil penelitian observasi wawancara bahwa event ngawangkong ini merupakan spesial event media relations yang bertujuan untuk menjadi wadah untuk media menggali informasi seputar isu isu permasalahan di Pemkab Bandung. Event ngawangkong ini baru berlangsung selama 3 (tiga) tahun dan merupakan program dari Bapak bupati bandung Bapak H. Dadang Naser. Selain itu juga acara ini merupakan acara unggulan untuk menghadirkan narasumber-narasumber yang inovatif dan juga sesuai dengan topik atau isu yang sedang hangat diperbincangkan di lingkup pemerintahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari penelitian ini dalam kegiatan humas kabupaten bandung dalam membangun reputasi Setelah melakukan penelitian Humas Kabupaten bandung memiliki beberapa kendala dalam menjalin komunikasi dengan media . Banyak media yang masih menganggap bahwa acara ngawangkong ini hanya acara biasa saja bukan kegiatan resmi yang dilaksanakan oleh Pemkab Bandung. Banyak hal hal yang mesti diperhatikan dalam melaksanakan Event ngawangkong ini. Diantaranya edukasi mengenai peraturan pers yang seharusnya media juga tidak seenak nya membuat berita berita negatif. Khususnya mengenai keadaan di Pemkab Bandung. Humas Pemkab juga kedepannya haharus

membuat program khusus untuk media selain event ngawangkong ini agar media dapat lebih banyak menggali informasi mengenai isu-isu di wilayah pemerintahan kabupaten Bandung. Terjalinya hubungan yang baik merupakan salah satu cara agar humas Pemkab Bandung dapat menjalankan tugasnya sebagai humas di pemerintahan kabupaten Bandung. Event ngawangkong ini juga merupakan acara untuk bersosialisasi kegiatan pimpinan atau ada berita yang sifatnya harus disampaikan kepada media, isu berita negatif juga ketika ada program baru dari pimpinan yang mesti disampaikan. Event ngawangkong ini juga bertujuan agar terjalinnya silaturahmi antara pemerintah daerah dengan media juga bisa meminimalisir apa yang disampaikan oleh narasumber di jajaran pemerintah ini yang tujuannya untuk menghindari salah paham, salah penafsiran.

Event ngawangkong ini merupakan acara media relations yang sangat berperan dalam kegiatan humas bahwa kegiatan pimpinan ataupun berita yang sifatnya harus disampaikan kepada media untuk menginformasikan suatu berita negatif atau ada program kegiatan pimpinan yang mesti disampaikan ke pihak media ataupun pihak masyarakat yang harus diketahui masyarakat melalui media. Event ngawangkong ini berfungsi sebagai ajang sosialisasi untuk mengklarifikasi suatu masalah atau isu yang terjadi dan event ngawangkong ini juga diselenggarakan sebanyak sebulan sekali disesuaikan dengan anggaran yang ada.

Event ngawangkong dalam meningkatkan fasilitas bagi media. Setelah melakukan penelitian bahwa event ngawangkong ini sebenarnya sudah memiliki fasilitas yang disediakan, tetapi masih banyak fasilitas yang kurang memadai ketika event ngawangkong berlangsung seperti kurangnya persiapan tempat seperti Gedung atau tenda. Karena sesuai observasi dilapangan peneliti menyimpulkan bahwa jika adanya kendala seperti deadline nya waktu sehingga dapat menghambat pelaksanaan event ngawangkong, Terbentuknya relasi yang baik antara pemerintah dengan media itu butuh proses dan juga waktu yang tepat. Karena seperti yang kita ketahui bahwa media memiliki tanggapan berbeda mengenai Pemkab Bandung. Maka dari itu, selaku pihak penyelenggara humas Pemkab Bandung harus mengevaluasi setiap humas Pemkab Bandung akan melaksanakan suatu program khususnya program media relations.

Event ini sangat bermanfaat bagi kinerja media. Karena dari satu narasumber saja, mereka dapat membuat lebih dari satu konten berita. Terlebih jika lebih dari satu narasumber yang dihadirkan. Manfaat untuk penyelenggara, tentunya bisa menjalin

silaturahmi dan kedekatan dengan awak media sebagai mitra kerja Pemkab Bandung. Jadi event ini sifatnya saling melengkapi, media butuh bahan berita, Pemkab membutuhkan publikasi untuk menyebarluaskan program-programnya. Event ngawangkong ini tidak ada tempat khusus tapi Event ngawangkong ini rutin diadakan di outdoor yang terpenting masih berada dikawasan pemda kabupaten bandung sambil memperkenalkan bahwa di pemda kabupaten bandung ada fasilitas yang bisa digunakan untuk menyelenggarakan event seperti taman pacantel,taman uncal yang juga di manfaatkan sebagai sarana untuk melaksanakan kegiatan ngawangkong.

Event ngawangkong sendiri dalam menjalin koordinasi dengan media sangat penting , dikarenakan Setelah melakukan penelitian bahwa Media online yang hadir di event ngawangkong sudah banyak tetapi masih banyak beberapa media offline yang tidak memenuhi klualifikasi. Kriteria media di wilayah Pemkab Bandung. Banyak media yang mengaku sebagai media resmi tetapi berdasarkan observasi di lapangan banyak media non resmi yang datang ke acara . Dan tujuannya bukan untuk mencari informasi tetapi hanya untuk mendapatkan uang saja dari tim penyelenggara humas Pemkab Bandung. Event ini sangat bermanfaat bagi kinerja media. Karena dari satu narasumber saja, mereka dapat membuat lebih dari satu konten berita. Terlebih jika lebih dari satu narasumber yang dihadirkan. Manfaat untuk penyelenggara , tentunya bisa menjalin silaturahmi dan kedekatan dengan awak media sebagai mitra kerja Pemkab Bandung. Jadi event ini sifatnya saling melengkapi, media butuh bahan berita, Pemkab membutuhkan publikasi untuk menyebarluaskan program-programnya.

Humas pemkab juga akan menyiapkan suatu program yang didalamnya berfungsi untuk memfasilitasi wartawan untuk mnedapatkan informasi yang sesuai ngawangkong merupakan talkshow yg diselenggarakan Pemkab Bandung sebagai salah satu wadah bagi media untuk menggali informasi, berdiskusi, bertanya, serta berpendapat secara langsung dan terbuka. Dengan berlangsungnya Event ngawangkong ini media dapat bertatap muka dan bertanya langsung dengan narasumber terkait program Pemkab Bandung, maupun isu yang sedang berkembang, Jadi peneliti membuat kesimpulan bahwa kedepannya humas kab bandung harus menyeleksi mana media yang resmi dan non resmi. Setelah melakukan penelitian bahwa penyelenggara Event Humas Pemkab Bandung banyak mengahdirkan nrasumber. Narasumber narasumber ini diantaranya Bupati dan Wabup Kab Bandung.

Pemerintah daerah dan media saling bermitra dalam arti saling interpenetrasi jadi dengan berjalannya event ngawangkong ini antara media dengan pemerintah daerah itu saling membutuhkan begitu juga dengan terjalinnya kedekatan antara media dengan pemerintah daerah maka informasi yang akan disampaikan akan berimbang dan berkualitas, Biasanya narasumber yang dihadirkan ini sesuai dengan isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan di humas Pemkab Bandung. Narasumber yang dihadirkan juga akan memaparkan apa saja masalah dan solusi yang terjadi di lingkup pemkab Bandung. Hambatan yang terjadi nya ketepatan waktu untuk menghadiri event ngawangkong tersebut. Jadi peneliti mengambil kesimpulan bahwa humas kab Bandung kedepannya harus lebih mempersiapkan narasumber dan waktu sehingga terhindar dari keterlambatan waktu.

Event ngawangkong ini sebagai ajang sosialisasi untuk mengklarifikasi suatu masalah atau isu yang terjadi dan event ngawangkong ini juga diselenggarakan sebanyak sebulan sekali disesuaikan dengan anggaran yang ada. Acara event ngawangkong ini berjalan dengan baik media lebih mementingkan strategi untuk menggali informasi lewat event ngawangkong ini sesuai dengan undang-undang pers dan yang berperan penting didalam event ngawangkong ini yakni humas Pemkab.

Event ngawangkong diselenggarakan yang bertujuan untuk mempermudah media atau awak pers untuk menggali informasi khususnya mengenai pemerintahan kabupaten Bandung. Bu Anne Rahmawati selaku penyelenggara Event ngawangkong menyatakan bahwa *“Menurut testimoni dari beberapa awak media sendiri, event ini sangat bermanfaat bagi kinerja media. Karena dari satu narasumber saja, mereka dapat membuat lebih dari satu konten berita. Terlebih jika lebih dari satu narasumber yang dihadirkan. Manfaat untuk penyelenggara, tentunya bisa menjalin silaturahmi dan kedekatan dengan awak media sebagai mitra kerja Pemkab Bandung. Jadi event ini sifatnya saling melengkapi, media butuh bahan berita, Pemkab butuh publikasi untuk menyebarluaskan program-programnya. Sebenarnya kalau acara ngawangkong itu sebagai media relations juga mungkin juga buat sosialisasi”*.

Pak Risnendy selaku penyelenggara Event ngawangkong pun menyatakan *“Sebenarnya kalau buat kami itu sebagai ajang sosialisasi buat mengklarifikasi suatu masalah berita-berita yang sebenarnya negatif atau adapun program-program yang musti disampaikan, manfaatnya untuk media jadi secara jelas bahwa setiap pemberitaan yang*

sifatnya sebelah kita bisa mengklarifikasi acara ngawangkong itu adapun program yang mesti disampaikan melalui media itu sangat tepat sekali di acara ngawangkong” , “Selama ini kita ga ada kendala ya dengan kita bisa sinegritas lah disitu antara pemerintah dengan media lah tidak tidak belum ada kendala sampai saat ini”.

Pa Apep selaku penyelenggara Event ngawangkong menyatakan *“Sebenarnya kalau solusi sih karena kita tidak ada hambatan dan kendala mungkin hanya solusi kita yang jadi masalah buat di kami itu banyak media media yang diluar media bodong tidak tahu dan itu tidak bisa kita sortir tapi kita fasilitasi maupun itu media ada maupun tidak ada sebenarnya itu yang menjadi kendala dan solusinya juga lagi membuat solusi apakah strategi nya kita daftarkan dulu kita register dulu persyaratan persyaratan sesuai dengan undang undang no 42 mengenai pers ya itu ya “*

Bu Anne selaku penyelenggara Event ngawangkong menyatakan *“Yang paling berperan adalah humas sendiri ya humas kabupaten bandung terus pihak ketiga tunjuk yaitu pr fm dan narasumber terus biasanya kalau di kami itu ada berita yang sifatnya apa sih yang musti diangkat nih bulan ini apa sih yang lagi happening apa sih yang lagi viral nah itu biasanya yang bisa mengangkat kegiatan si ngawangkong itu menjadi trending ya.”*

Pa Apep selaku penyelenggara Event ngawangkong menyatakan, *“Media relations kan merupakan salah satu sarana kita untuk selain menyebarkan informasi kepada para media yang juga nanti sebagai penyampai untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat nah ini juga bisa menjadi media silaturahmi antara kami pemerintah daerah dengan para awak pers nah di samping mendekatkan silaturahmi ini juga bisa meminimalisir informasi yang disampaikan narasumber di jajaran pemerintah ini langsung bisa diterima oleh kawan kawan media untuk menghindari salah paham salah penafsiran dan bisa diklarifikasi juga pada saat itu nah ini dianggap cukup efektif untuk menyampaikan informasi yang memang kecepatan informasi langsung dari narasumber dari pemerintah daerah langsung dipertemukan dengan pers cukup efektif langsung dari narasumbernya itu langsung ya”.*

Pak iman selaku tim media PR FM menyatakan *“menurut saya ngawangkong merupakan talkshow yg diselenggarakan Pemkab Bandung sebagai salah satu wadah bagi media untuk menggali informasi, berdiskusi, bertanya, serta berpendapat secara langsung dan terbuka”, “Dapat menggali informasi lebih banyak pada isu yg sedang terjadi, serta mendiskusikannya secara langsung bersama narasumber terkait.”*

Pak Iqbal selaku tim media Jabar Express menyatakan *"Jika dibuat sebagai program yg mewedahi para pemegang kebijakan untuk menjawab, maka seharusnya Pemkab juga memfasilitasi wartawan untuk mendapatkan informasi yg sesuai. Seharusnya difungsinya timbal balik karena keduanya saling membutuhkan jika ditinjau dari program tersebut dan Karena keterbatasan waktu terkadang moderator tidak memberikan banyak kesempatan untuk bertanya. Tidak semua data yg dibutuhkan diberikan saat ngawangkong, media harus lebih mencari tahu lagi dengan mendatangi dinas terkait"*.

Hambatan hambatan yang dihadapi di dalam pelaksanaan event ngawangkong , sesuai dengan fakta di lapangan bahwa pelaksanaan event tersebut tidak selalu berjalan dengan lancar . Ada beberapa hambatan yang terjadi di dalam pelaksanaan kegiatan event ngawangkong diantaranya sebagai berikut : 1). Kurangnya Koordinasi Antara Pemkab Bandung engan Media Pemkab Bandung kurang memberikan pemahaman kepada narasumber bahwa program event ngawangkong ini dapat membantu perangkat daerah dalam mempublikasikan program-program Pemkab, dan masyarakat dapat memantau kinerja Pemkab. Dengan kurangnya koordinasi antara pemkab dengan awak pers atau media akan menyebabkan konflik atau perseteruan perihal berita atau isu yang disampaikan oleh salah satu pihak tidak sesuai dengan fakta yang di lapangan Selain itu juga dengan terhambatnya koordinasi antara media dengan Pemkab Bandung akan berdampak dengan kinerja dan loyalitas kerja dari masing masing pihak. 2) Kurangnya fasilitas bagi media, oleh karna itu Pemkab Bandung kurang memerhatikan fasilitas karena ketika kegiatan ngawangkong berlangsung cenderung seadanya, entah itu tersorot langsung oleh matahari atau sebagainya. akibatnya mengganggu konsentrasi dan kenyamanan para awak pers dan para peserta event ngawangkong ketika acara berlangsung. 3). Kurangnya Kesempatan Bagi Media Untuk Menggali Informasi Ketika Acara Ngawangkong Berlangsung dikarenakan Pemkab Bandung kurang mempersiapkan konsep dan susunan acara ketika event ngawangkong berlangsung. Karena sumber daya manusia yang terbatas sehingga mengakibatkan susunan acara yang tidak terorganisir dengan baik. Banyak media yang mengeluhkan bahwa terkadang narasumber yang hadir kurang memberikan informasi yang detail sehingga informasi yang dibutuhkan media sangat kurang. 4). Kurangnya Akses Data Bagi Media Terhadap Event Ngawangkong Pemkab Bandung mempunyai hambatan dimana tidak Semua data yang dibutuhkan atau diberikan saat ngawangkong itu akurat atau sesuai dengan fakta di lapangan bahkan

media harus lebih mencari tahu lagi dengan mendatangi dinas terkait. Sehingga mengakibatkannya lambatnya informasi yang diberikan oleh media sekaligus berdampak buruk kepada citra dari perusahaan media yang terkait. 5). Kurangnya Terjalin Komunikasi yang Baik Antara Pemkab Dengan Media oleh karena itu Pemkab Bandung kurang menjalin komunikasi sekaligus relasi dengan media , karena media banyak yang menganggap bahwa Pemkab Bandung terlebih dahulu menyebarkan informasi terkait isu permasalahan pemerintahan. Tetapi pada kenyataannya Pemkab Bandung melaksanakan sesuai dengan aturan undang undang pers yang berlaku. Sehingga mengakibatkan kesalahpahaman antara satu dengan yang lain.

Dalam upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan event ngawangkong ada beberapa point yang akan di realisasikan seperti : 1). Menjalinnnya kooordinasi yang baik dan memberikan pemahaman kepada narasumber bahwa program event ngawangkong ini dapat membantu perangkat daerah dalam mempublikasikan program program Pemkab, dan masyarakat dapat memantau kinerja Pemkab. 2). Menyediakan fasilitas yang lengkap sehingga akan meningkatkan konsentrasi dan kenyamanan para awak pers dan para peserta event ngawangkong ketika acara berlangsung. 3). Mempersiapkan konsep dan susunan acara (Rundown) ketika event ngawangkong berlangsung dan meningkatkan sumber daya manusia yang sehingga susunan acara akan berjalan dan terorganisir dengan baik. 4). Mempersiapkan semua data yang dibutuhkan atau diberikan saat ngawangkong berlangsung. Dan memastikan bahwa informasi yang diberikan telah akurat atau sesuai dengan fakta di lapangan sehingga media tidak harus mencari tahu lagi apalagi mendatangi dinas terkait. dan yang terakhir 5). Memperbaiki Komunikasi dengan media yaitu Mengadakan acara ngawangkong ini secara rutin dengan waktu yang lebih panjang serta mengundang lebih banyak narasumber.

Dalam kegiatan ngawangkong dalam membangun reputasi sangat penting , jika kita ketahui bahwa Arti penting reputasi organisasi bagi perkembangan dan kemajuan sebuah organisasi pernah diragukan orang. Dahulu orang masih beranggapan keberhasilan suatu organisasi diperoleh dari kuantitasnya. Namun saat ini anggapan tersebut sudah bergeser, dan orang mulai menyadari untuk melihat “sesuatu” berdasarkan reputasinya. Dalam memahami reputasi perlu diawali dengan pengetahuan mengenai beberapa terminologi. Reputasi organisasi dibentuk dari integrasi seseorang dengan keseluruhan informasi yang diperolehnya tentang organisasi. Integrasi dapat

diwujudkan dengan adanya komunikasi. Dengan demikian reputasi organisasi merupakan akumulasi dari individu-individu (publik) yang bersinggungan dengan organisasi.

Studi Fombrun menunjukkan bahwa “reputasi” sebagian merupakan pantulan atau refleksi dari identitas dan citra organisasi dan sebagian lagi merupakan hasil usaha dari para manajer perusahaan dalam meyakinkan kita tentang keunggulan organisasi mereka. Fombrun kemudian memperjelas. Melalui aktifitas event special media relations ini “ event ngawangkong “ maka hubungan antara organisasi dengan media diharapkan akan lebih baik dan positif. Dengan demikian manfaat Media Relations dapat dirasakan oleh kedua pihak. Manfaat media relations antara lain adalah : a). Membangun pemahaman mengenai tugas, dan tanggung jawab organisasi dan media massa. b). Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip saling menghormati dan menghargai, kejujuran serta kepercayaan. c). Penyampaian/perolehan informasi yang akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan bagi publik.

Diharapkan dengan adanya hubungan media, maka akan mempermudah kedua pihak saling memahami situasi dan kondisi kerja masing-masing. Selain itu, bisa saling mendiskusikan hal-hal terbaik untuk kerjasama antara kedua pihak. Diharapkan pula dengan adanya hubungan media, maka akan mempermudah kedua pihak saling memahami situasi dan kondisi kerja masing-masing. Selain itu, bisa saling mendiskusikan hal-hal terbaik untuk kerjasama antara kedua pihak. Aktivitas media relations pada umumnya dijalankan oleh Departemen Public Relations dalam suatu organisasi, dan bentuk-bentuk kegiatannya adalah: a). Pengiriman siaran pers/pers release. b). Menyelenggarakan konferensi pers. c). Menyelenggarakan media gathering.

Event ngawangkong ini bertujuan untuk menyelenggarakan suatu acara konferensi pers yang terjadi di dalam lingkup pemerintahan daerah kabupaten bandung. Selain menyelenggarakan konferensi pers event ngawangkong ini juga menyelenggarakan media gathering yakni mengundang para awak pers untuk dapat menggali informasi di dalam event ngawangkong ini dan di dalam event ngawangkong ini pun ada beberapa kegiatan diantaranya: a). Menyelenggarakan perjalanan pers. b). Menyelenggarakan special event. c). Menyelenggarakan wawancara khusus dan d). Menjadi nara sumber media.

Pemahaman tentang media perlu dilakukan dalam membina hubungan baik dengan media, terutama pemahaman terhadap karakteristik media, mekanisme dan cara kerja wartawan masing-masing media, serta sistem media yang berlaku. Ada 5 prinsip utama dalam membina hubungan baik dengan media menurut Diah Wardhani (2008:15) yakni : 1). Kejujuran dan kredibilitas, sehingga wartawan akan percaya sepenuhnya kepada petugas public relations dalam sebuah organisasi. Selain itu, praktisi PR dapat memberikan informasi untuk memberikan ide kepada wartawan dalam mengembangkan pemberitaannya. 2). Memberikan pelayanan informasi atau data lain (foto, gambar dan lain-lain) dengan cepat, paling pasti, dengan data yang paling benar, kapan pun juga tanpa batas waktu dan tempat. 3). Jangan memohon atau melakukan tekanan kepada pihak media agar mereka mau memuat tulisan mengenai perusahaan. Pihak media memiliki ketentuan mengenai kualitas informasi yang akan mereka muat atau tayangkan di media mereka. 4). Jangan menyembunyikan atau mencoba menghilangkan suatu cerita yang merugikan perusahaan. Hal itu merupakan pelanggaran terhadap kebebasan media dan dianggap suatu kejahatan. Dan 5). Jangan banjiri media dengan informasi, dimana Hubungan yang baik dengan media, perlu juga dilandasi oleh rasa pengertian dan pemahaman yang tulus serta kepercayaan penuh. Media massa dipahami memiliki banyak nara sumber dari berbagai kalangan, baik organisasi, kelompok maupun tokoh-tokoh individu lainnya. Oleh karena itu, organisasi yang sama tidak akan mungkin terus menerus mendapat publikasi, kecuali informasinya memang sangat penting dan memiliki nilai berita yang sangat tinggi. Untuk itu diperlukan program publikasi yang direncanakan dalam jangka pendek, jangka menengah dan jangka Panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Event ngawangkong di Sekretariat daerah kabupaten bandung dengan metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Maka dapat disimpulkan bahwa Event ngawangkong ini antara lain : 1). Kegiatan Event Ngawangkong Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung ini berjalan dengan cukup baik dengan reputasi sudah baik dan Humas Pemkab Bandung sudah merancang strategi kedepannya untuk membuat program yang lebih baik lagi. Adapun hambatan yang terjadi saat pelaksanaan Event Ngawangkong Pemkab Bandung diantaranya: masih kurangnya

koordinasi Antara Humas Pemkab Bandung dengan media. 2). Kegiatan Event Ngawangkong Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung diperlukan dalam meningkatkan fasilitas bagi media karena acara ini merupakan wadah pembinaan hubungan baik dengan media. Adapun Hambatan nya yakni Fasilitas Pemkab Bandung terhadap media masih terbatas. 3). Kegiatan Event Ngawangkong Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung sudah menjalin kerja sama yang baik dengan media. Di dalamnya juga termasuk berkoordinasi di dalam mengadakan suatu acara termasuk menghadirkan narasumber. Adapun hambatan nya yaitu masih kurangnya masih sulit menjalin koordinasi dengan beberapa media tertentu.

Adapun saran yang ingin disampaikan olehh Peneliti untuk Event Ngawangkong di Sekretariat daerah kabupaten bandung sehingga program ini kedepannya dapat terlaksana lebih baik lagi diantaranya : 1). Kegiatan Event ngawangkong ini ke depannya harus dilakukan di tempat – tempat yang berbeda sekaligus lebih menunjukkan eksistensi kehumasan pemkab kepada masyarakat. 2). Kegiatan Event ngawangkong ini ke depannya harus dibuat sebagai program yang mewadahi para pemegang kebijakan untuk menjawab sekaligus memfasilitasi wartawan untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan berjalan sesuai dengan sifatnya yakni bersifat timbal balik karena keduanya saling membutuhkan. 3). Kedepannya muncul program program terbaru dari Pemkab Bandung selain event ngawangkong ini yang bertujuan agar terjalinnya silaturahmi antara Pemerintah pusat dengan Media dan kedepannya Media lebih memahami apa tujuan dari diselenggarakannya event ngawangkong ini sehingga tidak ada lagi kesalahpahaman ketika menerima statement dari para narasumber sehingga langsung bisa diterima dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Book

Arianto, Budiman *Komunikasi Pemerintahan* Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 7, Nomor 1, Oktober 2012

Andjani, Made Dwi. (2009). *Media Relations sebagai Upaya Pembentuk Reputasi*.

Umar, Husein. (2007). *Metode-metode Riset Komunikasi Organisasi*.

Finer,Schell.H (2018).Komunikasi Pemerintahan: PT Refika Aditama.

Rasyid 1997:11 (2018).Komunikasi Pemerintahan: PT Refika Aditama.

Robbins,1996:18-19 (2018).Komunikasi Pemerintahan : PT Refika Aditama.

Tondowidjodjo, 2002:33 (2004). Komunikasi Pemerintahan : PT Elex Media Komputindo.

Wardhani:2009:55 (2004). Komunikasi Pemerintahan : PT Elex Media Komputindo.

Lesly, Philip(2004).Komunikasi Pemerintahan : PT Elex Media Media Komputindo

Mahmud, 1994: 141(2004).Komunikasi Pemerintahan : PT Elex Media Komputindo

Electronic (e-book)

Website Resmi Pemkab Bandung.(Online) Available at <http://www.bandungkab.go.id> .(diakses 12 Maret 2021)