

PERAN MEDIA RELATIONS DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK HOTEL THE WESTIN JAKARTA

¹ Adelia Putri Kinanti, ²Rafi`I

^{1,2}Universitas Sahid

²ravi3_1211@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang peran media relations dalam pembentukan opini publik hotel the westin jakarta. Faktanya terdapat beberapa hambatan masalah yang bisa diidentifikasi dari penelitian ini, seperti peran media relations dalam pembentukan opini publik hotel The Westin Jakarta? Bagaimana PR hotel The Westin Jakarta membangun hubungan dengan media? Serta peran media dalam mempublikasikan informasi tentang hotel The Westin Jakarta? Pada penelitian ini menggunakan metode kualitas dengan sifat deskriptif melalui teknik wawancara, observasi, serta dokumentasi yang dilakukan peneliti. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana media berperan dalam membentuk opini publik hotel The Westin Jakarta. Hasil penelitian menyatakan bahwa media bertanggung jawab atas pengolahan dan penyebaran informasi dengan kecermatan, menjaga kerahasiaan informasi yang telah disepakati bersama. Salah satu tugas dari Registry sendiri adalah membantu memasarkan perusahaan yang bekerjasama dengannya menggunakan platform official mereka dengan publikasi sesuai dengan realita yang ada. Media disini berperan tidak hanya sebagai media publikasi yang dilakukan untuk melakukan pemasaran namun juga untuk memastikan bahwa publik menerima informasi yang ditayangkan dengan jelas dan tidak tergiring oleh pendapat pendapat yang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada

Kata kunci : Informasi, Media Relations, Opini Publik

Abstract

This research discusses the role of media relations in forming public opinion at the Westin Jakarta Hotel. In fact, there are several problematic obstacles that can be identified from this research, such as the role of media relations in forming public opinion for The Westin Jakarta hotel? How does PR for The Westin Jakarta hotel build relationships with the media? And the role of the media in publishing information about The Westin Jakarta hotel? This research uses a quality method with a descriptive nature through interview techniques, observation and documentation carried out by researchers. The aim is to obtain information about how the media plays a role in shaping public opinion at The Westin Jakarta hotel. The research results state that the media is responsible for processing and disseminating information carefully, maintaining the confidentiality of information that has been mutually agreed upon. One of the duties of the Registry itself is to help market the companies it collaborates with using their official platforms with publications in accordance with existing realities. The media here plays a role not only as a publication medium for marketing but also to ensure that the public receives information that is presented clearly and is not led by opinions that are not in accordance with existing reality.

Keywords : Informations, Media Relations, Public Opinion

PENDAHULUAN

Media relations dengan kata lain merupakan suatu alat yang digunakan seorang PR dalam menyebarkan informasi terkait aktivitas perusahaan dengan menggunakan media sehingga masyarakat terbantu mengetahui hal-hal terkait informasi penting baik dari dalam maupun luar perusahaan. Dan

biasanya media yang digunakan dalam penyebaran informasi tersebut beragam, seperti: artikel, sosial media, flyer, majalah cetak, digital signage, dan E-Magazine.

E-Magazine merupakan majalah atau artikel dalam bentuk elektronik yang dapat diakses secara online sebagai salah satu media informasi. Kehadiran E-Magazine dapat

memper memudahkan masyarakat dalam keinginan untuk mengakses suatu berita atau informasi secara lebih efisien. Masyarakat saat ini lebih banyak menggunakan internet sebagai cara untuk mengakses informasi. Namun terkadang terdapat juga kendala dalam pemanfaatan fitur ini, seperti server yang kurang mendukung serta kurangnya minat masyarakat akan isi dari tampilan tampilan yang dimuat dalam E-Magazine.

Hotel The Westin Jakarta merupakan salah satu hotel yang memanfaatkan media E-Magazine dalam publikasinya. Beragam informasi mengenai hotel dan juga promosi promosi yang berlangsung sudah dimuat dalam publikasi, namun masih sering terjadi kurangnya feedback atau minat dari masyarakat untuk mencoba fasilitas dan promosi yang sudah ditawarkan. Hal itu jika diidentifikasi terjadi karena kurangnya design yang menarik perhatian publik, atau promosi yang ditampilkan tidak sesuai dengan minat masyarakat yang biasanya tidak sesuai dengan budaya dan tradisi lokal.

Perusahaan yang menjalankan program media relations, pada umumnya adalah perusahaan yang sangat membutuhkan media massa dalam pencapaian tujuannya. Sebab media massa memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan opini publik. Media relations dapat diartikan sebagai aktivitas komunikasi untuk menjalin hubungan baik dengan media massa dalam memaksimalkan proses publikasi sehingga tersampaikan dengan jelas ke masyarakat.

Media relations tidak hanya terkait dengan kepentingan sepihak, organisasi atau media massa saja, melainkan kedua pihak memiliki kepentingan yang sama. Dengan demikian akan membuat hubungan kerjasama menjadi hubungan yang sama-sama menguntungkan bagi kedua belah pihak. Media memiliki peran penting dalam penyebaran informasi atau berita kepada masyarakat termasuk pemerintah dalam pembentukan pendapat umum (public opinion). Media relations memiliki hubungan yang erat dengan media massa dalam pembentukan persepsi. Upaya untuk mempublikasikan informasi organisasi tidaklah mudah, bila tidak mempunyai nilai berita dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Dibutuhkan suatu pemahaman

dan upaya upaya dalam menjalin hubungan baik antara organisasi dan media massa dalam membentuk media relations.

Secara rinci tujuan media relations bagi organisasi adalah untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai kegiatan lembaga atau organisasi. Melalui aktifitas media relations, maka hubungan antara organisasi dengan media diharapkan akan lebih baik dan positif. Organisasi yang menjalankan media relations juga perlu mengetahui kepentingan-kepentingan bisnis media. Hubungan media relations yang efektif adalah hubungan yang memberikan benefit atau keuntungan bagi kedua belah pihak. Di satu sisi media mendapatkan informasi yang menarik, dan di sisi lain perusahaan akan tercapai tujuannya dalam menyebarkan informasi kepada publik melalui media massa.

Kegiatan media relations yang pada umumnya dijalankan oleh public relations (PR) dalam suatu organisasi memiliki beberapa bentuk kegiatan seperti menyediakan kebutuhan press release, menyelenggarakan press conference, melakukan media gathering, publikasi melalui E-Newsletter, publikasi melalui E-Magazine atau majalah cetak, Website khusus tentang informasi perusahaan, membuat Flyer promosi, serta mengelola social media organisasi.

Adapun permasalahan yang terjadi dengan adanya kegiatan-kegiatan media relations salah satunya adalah Instagram & Facebook Ads, jika diidentifikasi masalah yang timbul dalam kegiatan itu adalah kurangnya perhatian atau attention dari publik akan promosi atau informasi yang ditawarkan. Hal itu kemungkinan terjadi karena design atau konsep yang dipublikasikan tidak menarik minat publik. Selain itu, permasalahan media relations juga muncul dalam majalah cetak. Di era saat ini masyarakat lebih mengutamakan informasi yang berbasis internet, lalu mengapa majalah cetak masih digunakan dalam publikasi? Dan apakah majalah cetak masih memiliki peranan yang penting dalam membentuk pendapat umum masyarakat.

Hasil pemikiran dan pendapat masyarakat yang disajikan oleh media massa dapat memberikan kesan yang negatif atau positif terhadap perusahaan. Opini publik dapat

terbentuk apabila telah di nyatakan langsung namun jika opini itu masih berbentuk pemikiran saja maka belum bisa dikatakan opini public. Disinilah peran seorang PR menjadi sangat penting dalam rangka pembentukan opini terhadap perusahaan agar apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

Berdasarkan pengertiannya opini publik dapat diartikan gagasan atau hasil pikiran antara orang-orang yang melakukan interaksi dalam suatu kelompok. Oleh sebab itu, opini publik berfokus pada pandangan, pendapat, dan juga perasaan yang timbul dalam suatu kelompok interaksi yang mengakibatkan muncul permasalahan untuk ditindaklanjuti.

Media dapat menjadi sumber utama dalam munculnya permasalahan atau topik yang menimbulkan perbedaan pendapat yang dibahas oleh masyarakat dan mempengaruhi masyarakat lain sehingga dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif. Untuk itu perlunya pemahaman bagaimana menjalin hubungan yang baik dengan media saat ini agar informasi yang disampaikan dapat berdampak positif dan tidak membuat kegaduhan atau kontroversi. Selain itu juga dengan adanya media relations diharapkan dapat mendukung kegiatan-kegiatan publikasi perusahaan agar tersampaikan ke publik dengan jelas dan benar.

Hubungan baik yang terjalin dapat dilihat dari adanya interaksi atau saling mengenal antara PR dengan media, adanya keterbukaan dalam menyampaikan informasi dengan media untuk dapat menciptakan hubungan baik dan Kerjasama antara PR perusahaan dengan media dalam kegiatan media relations.

Hotel The Westin Jakarta menyadari pentingnya peran media dalam menyebarkan informasi kepada publik. Terdapat bagian (department) khusus yang bertanggung jawab dalam mengelola dan menjaga hubungan baik dengan media yaitu seorang Public Relations (PR). Tugas dari seorang PR salah satunya adalah dengan menjaga pandangan atau pendapat publik terhadap perusahaannya agar tetap positif.

Keberhasilan seorang PR dalam kegiatan media relations dapat memberikan keberuntungan bagi perusahaan, hal itu diperoleh dari hasil kerjasama yang

berlangsung antara PR dengan media. Media yang merupakan perantara antara perusahaan dengan publik berperan besar dalam pembentukan opini masyarakat, karena berhasil atau tidaknya perusahaan sangatlah didukung oleh pandangan publik, tanpa adanya pandangan atau opini publik yang bersifat positif maka kelangsungan perusahaan perlahan akan hancur.

Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting menjadi penting dalam memahami bagaimana media massa dapat memengaruhi agenda dan persepsi masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Meskipun media tidak sepenuhnya mengontrol apa yang dipikirkan oleh masyarakat, namun media memiliki kemampuan untuk membatasi pilihan isu-isu yang dianggap penting dan memainkan peran dalam membentuk opini publik.

Dalam praktiknya, jika media memberikan liputan yang berulang dan mendalam pada suatu isu, masyarakat cenderung akan menganggap isu tersebut lebih penting dan mungkin akan memperhatikannya lebih banyak. Hal ini dapat memengaruhi persepsi, pengetahuan, dan prioritas publik terhadap topik tertentu.

Teori ini penting karena menggarisbawahi peran media massa dalam membentuk opini dan pendapat publik, serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana informasi diproses dan diprioritaskan oleh masyarakat. Sesuai dengan perannya media memiliki andil yang besar dalam proses pembentukan opini masyarakat sehingga suatu organisasi atau perusahaan bergantung kepada publikasi atau penyebaran informasi yang di tayangkan media kepada publik.

Teori agenda setting mengacu pada peran penting media dalam membentuk opini publik dengan menentukan topik atau isu yang diberitakan secara intensif dan secara tidak langsung mempengaruhi apa yang dipikirkan dan diperbincangkan oleh masyarakat. Media menjadi sarana utama untuk menyebarkan informasi dan memengaruhi perhatian serta prioritas isu yang dianggap penting oleh masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Sifat penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengungkap rumusan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat diteliti berdasarkan fakta-fakta yang ada dan sebenarnya. Penelitian deskriptif kualitatif melibatkan pemahaman mendalam terhadap suatu aktivitas, menggambarkan secara rinci melalui kata-kata, dan menjelaskan makna di balik setiap aspek.

Metode ini memfokuskan pada data yang ditampilkan, memungkinkan peneliti untuk menelaah data dan mendalami situasi yang diteliti. Penelitian ini mendeskripsikan data data yang telah diterima, mengelola data yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai peran media relations dalam pembentukan opini publik hotel The Westin Jakarta.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena data penelitian berupa kata-kata tertulis atau lisan dari hasil wawancara dengan narasumber dan perilaku yang diamati. Subjek yang ditentukan dalam proses pengumpulan informasi dalam penelitian ini menggunakan beberapa informan terkait yaitu Director of Marketing Communications yaitu Ibu Judith Dwi Astuti sebagai Key Informan, dan informan tambahan yaitu Ibu Dewi selaku pihak yang bekerja di Registry.

Selanjutnya dalam penelitian membutuhkan objek penelitian yang menjadi kunci dari hasil penelitian yaitu respon publik. Peneliti bertujuan untuk melakukan wawancara dengan 3 pengunjung yang sudah merasakan fasilitas di The Westin Jakarta. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik teknik sebagai berikut:

- a. Wawancara atau Interview
- b. Observasi
- c. Dokumentasi

Rencana analisis data yang akan digunakan adalah analisis model Miles dan Huberman dalam buku Metodologi Penelitian

Kualitatif. Analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu :

1. Pengumpulan Data Pengumpulan Data yaitu meringkaskan data yang didapat dari subjek penelitian, kejadian, dan situasi di lokasi penelitian. Pada langkah pertama ini termasuk pula memilih dan meringkas dokumen yang relevan.

2. Penyajian Data Penyajian data dilakukan pada seluruh data yang ditemukan di lapangan yang berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian dianalisis sesuai dengan teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya kemudian disajikan dengan rapih sesuai dengan data dan fakta yang ditemukan.

3. Penarikan Kesimpulan Penarikan kesimpulan adalah penggambaran keseluruhan secara utuh dari objek dan subjek yang diteliti. Proses penarikan kesimpulan bukan hasil yang ditarik secara asal namun berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam penyajian data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap objek yang sudah diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan antar PR dan media sejatinya harus dijalin untuk dipertahankan dengan baik dalam menjaga nama dan citra perusahaan maupun lembaga dimata publik karena media merupakan jembatan sebuah lembaga atau perusahaan dalam penyebaran informasi kepada publik. Hubungan yang dijalin dengan baik antara PR dengan media memengaruhi juga pemberitaan yang dilakukan. Yang bila dalam fungsi jurnalistik dapat dikatakan bahwa media juga berperan sebagai penghubung yang kreatif antaramasyarakat dengan masyarakat dan antara masyarakat dengan pemerintah.

Sementara itu guna menjaga hubungan baik antara publik dalam hal ini konsumen dengan perusahaan, Hotel Westin menjalin hubungan baik dengan salah satu media bernama Registrye Indonesia sebagai sarana Hotel Westin dalam membagikan segala aktivitas dan informasinya ke muka publik. Dalam proses membangun citra perusahaan melalui media relations, maka harus terlebih dahulu tercipta hubungan yang baik secara

external antara media tersebut dengan perusahaan.

The Westin dalam hal ini melakukan beberapa cara untuk menjaga hubungan baiknya dengan media salah satunya adalah dengan memberikan keistimewaan kepada media untuk meliput keperluan perusahaan sesuai dengan apa yang dibutuhkan, The Westin juga tak jarang membuat event khusus untuk para rekan media sebagai bentuk apresiasi karena telah membantu dan mendukung The Westin dalam proses pemasaran yang dilakukan agar mencapai tujuan. Jika hubungan dengan media nya sendiri sudah berjalan dengan baik tentunya akan berdampak baik yang dapat menghasilkan keuntungan bagi kedua pihak dalam hal ini The Westin dan Registry Indonesia, keuntungan yang didapatkan tersebut dapat berupa exposure tambahan tentang The Westin, sedangkan keuntungan yang didapatkan oleh media yaitu materi publikasi untuk platform yang disediakan dan dapat merasakan fasilitas dari materi atau campaign yang dipublikasikan.

Sebelum publikasi kepada publik, media melakukan pengolahan materi sesuai format, gaya, dan target platform, sambil tetap mempertahankan pesan utama dari The Westin Jakarta. Publikasi juga disesuaikan dengan waktu yang tepat untuk maksimal mempromosikan kegiatan atau produk, dengan tujuan memastikan informasi tepat sasaran dan menciptakan dampak positif.

Seluruh penyesuaian ini bertujuan memperluas jangkauan, meningkatkan minat publik, serta membentuk opini positif yang bermanfaat bagi The Westin Jakarta. The Westin Jakarta dan Registrye menjalankan kesepakatan sebelum publikasi sebagai langkah krusial untuk memastikan keselarasan antara informasi yang disampaikan dan realitas, sehingga menciptakan citra positif bagi keduanya. Sebagai pelaku publikasi, The Westin perlu memastikan ketersediaan informasi yang akurat, relevan, sesuai dengan visi, serta mematuhi standar keberlanjutan, kualitas, dan etika yang tinggi. Media bertanggung jawab atas pengolahan dan penyebaran informasi dengan kecermatan, menjaga kerahasiaan informasi yang telah disepakati bersama.

Salah satu tugas dari Registrye sendiri adalah membantu memasarkan perusahaan yang bekerjasama dengannya menggunakan platform official mereka dengan publikasi sesuai dengan realita yang ada. Maksudnya sebelum melakukan proses publikasi mengenai sebuah berita dari perusahaan tersebut penting untuk media melakukan crosscheck dengan proses filterisasi mengenai mana berita yang layak tayang dan mana berita yang tidak layak tayang.

Maka, dalam menjaga nama perusahaan di mata publik dan pemahaman masyarakat mengenai tujuan perusahaan, sangatlah penting untuk membangun hubungan yang kokoh dengan media. Ini memungkinkan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, sehingga opini dan persepsi masyarakat terhadap perusahaan tetap positif dan tidak terpengaruh oleh informasi yang mungkin tidak akurat atau menyesatkan.

Berdasarkan pembahasan melalui hasil penelitian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bawa media disini berperan tidak hanya sebagai media publikasi yang dilakukan untuk melakukan pemasaran namun juga untuk memastikan bahwa publik menerima informasi yang ditayangkan dengan jelas dan tidak tergiring oleh pendapat-pendapat yang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Melalui publikasi ini, media juga dapat membantu menciptakan kesadaran publik, menarik minat calon tamu, serta memberikan gambaran yang jelas tentang pengalaman menginap di hotel tersebut kepada masyarakat luas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis melalui proses wawancara dengan key-informan dan informan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Media bertanggung jawab atas pengolahan dan penyebaran informasi dengan kecermatan, menjaga kerahasiaan informasi yang telah disepakati bersama. Salah satu tugas dari Registry sendiri adalah membantu memasarkan perusahaan yang bekerjasama dengannya menggunakan platform official mereka dengan publikasi sesuai dengan realita yang ada. Maksudnya

sebelum melakukan proses publikasi mengenai sebuah berita dari perusahaan tersebut penting untuk media melakukan crosscheck dengan proses filterisasi mengenai mana berita yang layak tayang dan mana berita yang tidak layak tayang, proses ini bila dalam ilmu jurnalistik disebut juga sebagai gatekeeper, Gatekeeper adalah penjagaan gerbang (seleksi) terhadap semua bahan-bahan informasi yang berdatangan dari berbagai penjuror arah sumber informasi yang ada dikantor redaksi, hal ini terjadi karena terbatasnya ruang di satu pihak informasi yang datang berjumlah banyak, dilain pihak ruang yang tersedia memuatnya terbatas. Hal ini dapat diartikan bahwa Gatekeeper Merupakan satu gerbang yang bertugas menyeleksi bahan berita di redaksional. Dalam hal ini media memiliki peran penting dalam membangun persepsi publik terhadap perusahaan atau lembaga yang sedang bekerja sama dengan nya melalui rangkaian kegiatan kemediaman sesuai dengan kepentingan perusahaan atau lembaga tersebut karena menurut Iriantara tahun 2008, menjalin hubungan dengan media berguna untuk mencapai tujuan jangka pendek maupun panjang bagi perusahaan. Media menjadi sarana utama untuk menyebarkan informasi dan memengaruhi perhatian serta prioritas isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Maka untuk membantu media mempermudah tugasnya PR juga mengambil peran penting dalam penyaluran informasi kepada publik, PR dapat membantu perusahaan dalam proses filterisasi data dan berita sebelum kemudian berita tersebut naik ke media disini PR memiliki tanggung jawab penuh mengenai berita yang akan dipublikasikan. PR hotel The Westin Jakarta dapat dikatakan berhasil ketika opini atau pendapat masyarakat mengenai hotelnya memiliki hasil yang positif, untuk itu PR hotel harus tetap menjaga hubungan baik dengan media guna mempertahankan opini publik yang positif.

2. PR juga mengambil peran penting dalam menjaga hubungan dengan media PR The Westin dalam hal ini melakukan beberapa cara untuk menjaga hubungan baiknya dengan media salah satunya adalah dengan memberikan keistimewaan kepada media untuk meliput keperluan perusahaan sesuai

dengan apa yang dibutuhkan, The Westin juga tak jarang membuat event khusus untuk para rekan media sebagai bentuk apresiasi karena telah membantu dan mendukung The Westin dalam proses pemasaran yang dilakukan agar mencapai tujuan.

3. Media disini berperan tidak hanya sebagai media publikasi yang dilakukan untuk melakukan pemasaran namun juga untuk memastikan bahwa publik menerima informasi yang ditayangkan dengan jelas dan tidak tergiring oleh pendapat-pendapat yang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Melalui publikasi ini, media juga dapat membantu menciptakan kesadaran publik, menarik minat calon tamu, serta memberikan gambaran yang jelas tentang pengalaman menginap di hotel tersebut kepada masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar, *Paradigma Baru Public Relations: Teori, Strategi, Dan Riset* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2020)
- Choiriyati, Sri, 'Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik', *Perspektif*, 2.2 (2015)
- Malik, Mulki Hasan, '*Strategi Media Relations Main Dealer Motor Honda PT Wahana Makmur Sejati Dalam Mempertahankan Brand Image*' (unpublished Skripsi, Universitas Sahid Jakarta, 2022)
- Syahputra, Iswandi, *Opini Publik: Konsep, Pembentukan, Dan Pengukuran* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018)