

LAMPIRAN

Lampiran 1: Instrumen Pertanyaan

Untuk Humas Untag Surabaya:

- Peran:
 - A. Teknisi komunikasi untuk menulis dan mengedit newsletter karyawan, menulis *news release* dan *feature*, mengembangkan isi web, dan menangani kontak media. (kunci: news value & urgensi)
 - a. Bagaimana cara humas menyusun sebuah *press release*?
 - b. Bagaimana humas membuat daftar media?
 - B. Mendefinisikan masalah, mengembangkan program, dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya.
 - a. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh humas dalam menyusun sebuah programnya?
 - b. Apakah pengembangan program humas berkaitan dengan kebijakan lembaga?
 - C. Fasilitator komunikasi memiliki peran sebagai perantara (liason), interpreter, dan mediator antara organisasi dan publiknya
 - a. Bagaimana cara humas memfasilitasi kepentingan media massa yang berkaitan dengan institusi/lembaga?

- Aktivitas media relations:
 - A. Konferensi pers yang dibuat untuk wartawan, sehingga mereka bisa mendapatkan informasi terbaru mengenai suatu isu tertentu.
 - a. Bagaimana cara humas mengelola konferensi pers?
 - b. Bagaimana humas menyusun materi *press briefing*?

 - B. Monitoring media, yaitu mengumpulkan berita-berita penting dari media massa yang diarsipkan sebagai bahan informasi oleh perusahaan.
 - a. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas dalam memonitoring media massa?
 - b. Apa saja bahan/informasi yang dikumpulkan humas ketika memonitoring media massa?
 - c. Apa tujuan humas melakukan monitoring media?

 - C. *Special events* merupakan acara yang dirancang untuk menunjang kegiatan manajemen dalam pencapaian tujuan organisasi, menciptakan citra positif dan kepercayaan publik. *Special event* diadakan secara annual seperti dies natalies, dsb.
 - a. Bagaimana cara humas dalam menyusun dan melaksanakan *special event* (even kehumasan)?
 - b. Indikator apa saja yang diperhatikan untuk dapat menyelenggarakan *special event*?

- Publisitas:
 - A. Publisitas berbayar dilakukan dengan membeli program atau rubrik yang dijual media massa. Publisitas ini dapat dilakukan lewat pemasangan iklan atau membayar pihak media untuk menulis semacam artikel atau editorial, untuk mengenalkan produk atau jasa.
 - a. Apa saja pertimbangan yang dimiliki oleh humas dalam memasang iklan di media massa? (non iklan komersial)?
 - b. Media apa saja yang sering dipilih humas untuk mempublikasikan informasi tersebut? (mengapa media tersebut)?
 - B. Publisitas gratis dapat dilakukan melalui media massa yang menyediakan ruang dan waktunya bagi pihak yang berkepentingan untuk mempublikasikan berbagai hal.
 - a. Bagaimana cara humas menyusun kegiatan/aktivitas yang dapat menarik perhatian media massa untuk publikasi gratis?
 - C. *Tie-in publicity* adalah publisitas yang memanfaatkan *extraordinary news* (kejadian sangat luar biasa) dalam kegiatan organisasi/instansi/Lembaga lain sebagai bentuk kerjasama, seperti tampil menjadi pembicara di sebuah forum yang diselenggarakan salah satu pihak, menjadi sponsor gerakan anti narkoba, turut berpartisipasi dalam pertandingan olah raga disebuah daerah.

- a. Apakah humas pernah bekerjasama dengan media massa dalam sebuah even/kegiatan? (jelaskan apa yang menjadi pertimbangannya dan berikan contohnya!)

Untuk Wartawan:

- Tujuan *media relations*:
 - a. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati dengan media massa
 - a. Bagaimana upaya Humas Untag dalam melayani media?
 - b. Komunikasi apa yang Humas Untag lakukan dalam menjalin relasi dengan media?
 - c. Bagaimana bentuk kerja sama bagi Humas Untag dengan media?
 - b. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media mengenai hal-hal yang menguntungkan lembaga atau organisasi.
 - a. Apakah Humas Untag sering mengadakan acara *gathering* dengan media? (kegiatan apa saja yang dilakukan di acara tersebut?)
 - b. Bagaimana hasil dari *press release* Humas Untag?
 - c. Bagaimana cara Humas Untag memfasilitasi kepentingan media massa yang berkaitan dengan institusi/lembaga?
 - d. Bagaimana hasil konferensi pers Humas Untag?
 - e. Bagaimana cara Humas Untag dalam menyusun dan melaksanakan *special event* (event kehumasan)?
 - f. Apa saja fasilitas yang disediakan di ruang media centre?

Lampiran 2: *Guide Interview*

A. Wawancara dengan Kepala Bagian Humas & Protokoler Untag Surabaya Ibu Karolin Rista, M. Psi, pada tanggal 20 Oktober 2022, pukul 11.30 WIB

- a. Bagaimana cara humas menyusun sebuah *press release*?

“Di lapangan, humas tidak selalu diisi oleh bidang ilmu komunikasi, melainkan dengan basic yang berbeda dari bidang humas. Untuk release di humas Untag, reporter melakukan penggalan data berupa wawancara, lalu menuliskan berita press release, diberikan kepada Kasub humas untuk di edit, lalu dikirimkan ke saya untuk approval, baru dapat disebar ke rekan media. Ketika kepala humas merangkap sebagai dosen, maka butuh waktu yang lebih lama untuk approval, sedangkan release harus disebar sesegera mungkin sesuai dengan waktu/situasi yang terjadi, oleh karena itu ada beberapa kesempatan yang begitu genting, saya izinkan kepada editor untuk langsung merelease setelah diedit, walaupun saya masih dicantumkan sebagai penanggung jawab dari release tersebut. Dalam penulisan release, penting sekali untuk mempertimbangkan sudut pandang relasi yang baik antara kami dan mitra, bagaimana keabsahan dan posisi lembaga ketika release itu diterbitkan”.

- b. Apa perbedaan dari press release yang perlu approval dan yang tidak?

“Secara lapangan jenis release untuk situasi yang sangat

penting seperti karya menarik, kejadian-kejadian yang tidak diinginkan, membutuhkan sudut pandang yang membawa nama baik lembaga. Lalu untuk liputan kegiatan seperti studi banding dengan universitas lain, dan semacamnya, saya tidak akan detail untuk release tersebut melewati saya. Secara teknis semua release harus melewati saya, tetapi untuk dapat membuat release tepat waktu, itu metode yang kami gunakan”.

c. Bagaimana humas membuat daftar media?

“Saya sudah mendapat relasi dari kepala-kepala humas sebelumnya, rekan-rekan yang sudah ada dari sekian tahun itu merupakan relasi yang paling erat dengan kami, Selain warisan dari kepala-kepala humas sebelumnya, kami membangun jaringan relasi yang baru, dengan menganggap media sebagai rekan dan dengan basic persahabatan dan kerjasama”.

d. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh humas dalam menyusun sebuah program?

“Kami lebih banyak mendukung jalannya program dari rektorat maupun dari lembaga, seperti lembaga kerjasama, universitas sedang bergerak untuk mencetak prestasi baik mahasiswa maupun dosen. Kami mendukung program-program tersebut dengan cara liputan dan menuliskan highlight yang lebih jelas terkait pengabdian, penelitian, prestasi lalu kami publikasikan secara khusus”.

- e. Apakah pengembangan program humas berkaitan dengan kebijakan lembaga?

“Harus, karena kami bertanggung jawab atas citra universitas maka harus beriringan dengan visi dan misi lembaga”.

- f. Bagaimana cara humas memfasilitasi kepentingan media massa yang berkaitan dengan lembaga?

“Saya pernah mengarahkan wartawan untuk mewawancarai narasumber dari universitas lain, walaupun tidak menguntungkan secara lembaga, tetapi itu merupakan salah satu bentuk relasi kami dengan rekan-rekan media. Kami juga menyediakan ruangan khusus (media centre) yang dapat digunakan oleh media untuk menulis berita, sekalipun pihak media tidak memiliki kepentingan, ruangan tersebut tetap terbuka untuk mereka”.

- g. Bagaimana cara humas mengelola konferensi pers?

“Kami menghubungi teman-teman media, lalu mencari narasumber yang sesuai dengan pembahasan, sebelum konferensi pers terlaksana, kami menjaga data utama informasi agar tidak keluar sebelum waktunya, setelah itu konferensi pers dapat dilakukan”.

- h. Bagaimana humas menyusun materi *press briefing*?

“Humas harus menyatakan kebenaran, dengan mempertimbangkan sudut pandang citra lembaga, setiap bahan yang dikumpulkan harus berupa data yang akurat, persepsinya harus sama dengan apa yang mau kami

sampaikan”.

- i. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas dalam memonitoring media massa?

“Kami memiliki laporan penulisan berita perbulan secara terpisah, baik itu media online, cetak, TV, radio. Itu cara kami mengetahui sudut pandang suatu media setiap kali memberi kami berita. Cara ini sangat efektif dan akurat untuk monitoring media”.

- j. Apa saja bahan/informasi yang dikumpulkan humas ketika memonitoring media massa?

“Sudut pandang yang mereka tuliskan untuk berita tentang Untag, dan jumlah beritanya”.

- k. Apa tujuan humas melakukan monitoring media?

“Menghargai pihak media, dan untuk mengetahui perspektif yang diberikan media tentang Untag kepada masyarakat”.

- l. Bagaimana cara humas dalam menyusun dan melaksanakan *special event* (event kehumasan)?

“Kami lebih fokus dalam mendukung kegiatan lembaga karena kegiatan-kegiatan tersebut perlu mengerahkan seluruh SDM humas, selain itu kami pernah mengadakan dies natalies Untag sekali karena terkendala oleh covid. Gathering media juga kami laksanakan untuk membangun dan menjaga relasi dengan media, di acara tersebut media bisa memberikan masukan

kepada kami terkait bahan press release, tamu undangan yang bagus untuk kebutuhan acara lembaga. Rutinitas kami dalam melaksanakan media gathering sekali dalam 1 semester”.

- m. Indikator apa saja yang diperhatikan untuk dapat menyelenggarakan *special event*?

“Kepentingannya apa, kemampuan, dan kapasitas SDM humas”.

- n. Apa saja pertimbangan yang dimiliki oleh humas dalam memasang iklan di media massa?

“Kami melihat jenis medianya, lalu iklan apa yang mau kami pasang, dimana iklannya kami munculkan. Seperti kami memasang iklan pada hari pancasila di depan delta, untuk menunjukkan kepada warga Surabaya bahwa Untag Surabaya menjunjung tinggi nilai nasionalis. Ada juga papan billboard menuju area kampus dari arah jemursari, karena daerah tersebut adalah akses masuk dari luar kota akan melewati area universitas dengan tujuan bahwa Untag Surabaya menerima masyarakat dari berbagai lapisan masyarakat dan kami menghargai keberagaman”.

- o. Bagaimana cara humas menyusun kegiatan/aktivitas yang dapat menarik perhatian media massa untuk publikasi gratis?

“Salah satu contohnya kami mengundang artis untuk mengisi di acara PKKMB, itu sudah mendapatkan publikasi gratis, ketika kampus kami didatangi oleh pejabat dan kami

publikasikan otomatis mendapat publikasi gratis”.

- p. Apakah humas pernah bekerjasama dengan media massa dalam sebuah event/kegiatan?
“Kami pernah ikut acara expo kampus dari Jawa Pos, kalau ada tawaran dari media massa untuk bekerja sama, pertimbangan saya banyak karena kami tidak memiliki media yang dispecialkan”.

B. Wawancara dengan Kepala Sub Bag pengelola media Untag Surabaya Ibu R. Zylfi, S. Sos., M. Med. Kom, pada tanggal 21 Oktober 2022, pukul 12.30 WIB

- a. Bagaimana cara humas menyusun sebuah *press release*?
“Press release kami itu diciptakan berdasarkan berita yang terjadi, bisa dibuat ketika suatu peristiwa akan terjadi seperti wisuda, yang mana kami sudah menggali data kepada narasumber seperti rektor untuk sambutan, data-data jumlah wisuda, siapa saja mahasiswa yang berprestasi. Kami juga mengundang para wartawan untuk meliput kegiatan di hari H, sebelum acaranya terjadi. Kami juga memiliki press release yang dibuat berdasarkan kejadian langsung seperti mengundang kemenkumham, itu kami buatkan lalu kami sebar press release pada hari itu atau besoknya”.
- b. Bagaimana humas membuat daftar media?
“Dari awal, kami melihat relasi dari muatan berita yang sekiranya media pendidikan, atau yang mengangkat berita dari Untag, kami kumpulkan, clipping kan, bukti-bukti tayang dari

media tersebut, kami buat data frekuensi seberapa sering media-media tersebut bekerja sama dengan kami”.

- c. Bagaimana cara humas memfasilitasi kepentingan media massa yang berkaitan dengan institusi/lembaga?

“Kami menyajikan berita-berita yang faktual, aktual, tidak jauh dari hari terlaksana, seperti acara launching machining fund, dilakukan pada tanggal 9, dan kami memberi ke wartawan tidak jauh dari tanggal 9 tersebut. Kami memberikan berita-berita tersebut ke masyarakat melalui media-media”.

- d. Bagaimana cara humas mengelola konferensi pers?

“Konferensi pers dapat diadakan karena urgent atau dijadwalkan, untuk konferensi pers urgent biasanya menyangkut nama baik lembaga dan memang harus segera diadakan. Untuk konferensi pers yang terjadwal bisa seperti konferensi karya menarik di tanggal sekian, kami mengundang media sebelum konferensi pers itu terlaksana”.

- e. Bagaimana humas menyusun materi *press briefing*?

“Perlu digaris bawahi bahwa humas dan media itu dekat tapi berbeda sekali, humas membutuhkan media dan sebaliknya. Humas bekerjasama dengan para wartawan untuk melakukan sharing informasi, teknik untuk praktik, sharing berita untuk melihat dari beberapa perspektif”.

- f. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas dalam memonitoring media massa?

“Kami memiliki berita, yang disusun oleh reporter, lalu saya edit dan saya sortir berita mana yang memiliki news value untuk masyarakat, dan kami kirimkan ke pihak media. Biasanya media mengirimkan link ketika berita kami sudah terbit/sudah bisa dilihat oleh khalayak, dari link tersebut akan kumpulkan oleh tim reporter humas, lalu mengclipping dari berita tersebut. Dari monitoring media kami bisa mengetahui media yang memberikan kontribusi lebih tinggi, dapat kami berikan apresiasi yang sesuai dengan kontribusinya. Tetapi kami tetap merangkul dan menjaga relasi baik dengan media mana saja, walaupun media tersebut tidak memiliki rubrik pendidikan, kami tetap menjaga relasi tersebut”.

- g. Apa saja bahan/informasi yang dikumpulkan humas ketika memonitoring media massa?

“Untuk clipping bisa dilakukan pada media online/cetak, untuk tayangan TV mereka biasa memberi copy/bukti tayang. Lalu kami kumpulkan, kemudian kami analisa sehingga dapat memberikan insight kepada lembaga”.

- h. Bagaimana cara humas dalam menyusun dan melaksanakan *special event* (event kehumasan)?

“Untuk special event itu beragam, seperti konferensi pers, media gathering dimana kami memberikan apresiasi kepada media yang sudah setia dengan Untag Surabaya untuk

memberitakan prestasi, menyalurkan pesan-pesan positif untuk masyarakat. media gathering dilakukan bukan semata-mata bersenang-senang atau bekerja saja, tetapi disitu tempat kami untuk menjadi dekat dengan media dan lebih menyatu dengan mereka”.

- i. Apa saja kegiatan yang dilakukan dalam acara media gathering?

“Biasanya kami sharing mengenai perkembangan, mendapat masukan dan inovasi dari pihak media, dan tukar pikiran antar lembaga dengan media. Yang terlibat didalam media gathering tidak hanya seluruh anggota humas, kami juga mengundang birokrat seperti rektor, warek 1, warek 2, kepala biro rektorat, sampai dengan kasub di rektorat. Jadi kami semua dapat berinteraksi langsung dengan media yang dapat menumbuhkan hubungan dan kedekatan. Biasanya media gathering dilakukan 1 tahun sekali”.

- j. Apa saja pertimbangan yang dimiliki oleh humas dalam memasang iklan di media massa?

“Kami memiliki data mapping untuk setiap media yang diperoleh dari monitoring atau meminta penawaran langsung dari pihak media, segmentasi mereka siapa. Ketika beriklan kami melihat kebutuhannya apa dan siapa, lalu kami menyusun dan memperhatikan materinya, cocoknya di segmen mana, lalu memilih media yang sesuai dengan kebutuhan kami”.

- k. Apakah humas pernah bekerjasama dengan media massa dalam sebuah event/kegiatan?
“Kami kemarin mengikuti acara pameran edukasi jawa pos sebagai bagian dari acara tersebut, untuk memberikan informasi mengenai Untag Surabaya”.

**C. Wawancara dengan Reporter Untag Surabaya
Bapak Umar, M. Med. Kom, pada tanggal 21 Oktober 2022,
pukul 13.00 WIB**

- a. Bagaimana cara humas menyusun sebuah *press release*?
*“Harus ada bahan, misal bahannya adalah sebuah kejadian/event seperti wisuda, sebuah karya, seperti karya tulis, dosen buat alat, atau mahasiswa buat sebuah inovasi. Begitu juga kalau Untag Surabaya bekerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri, kebanyakan yang dikirim ke media itu yang bekerja sama dengan lembaga luar negeri seperti malaysia, rusia, cina juga. Itu yang menjadi bahan untuk menyusun *press release*”.*
- b. Bagaimana humas membuat daftar media?
“Di tahun ke 5 saya sebagai humas, sudah ada media yang menjadi mitra sebelum 2016, dengan adanya mitra itu kami bagi menjadi ring 1, ring 2, ring 3. Jadi perbedaannya ada wartawan yang menulis karena memang tugasnya, jadi kalau ada wartawan yang sering memasukan untag dalam media mereka, sering dalam artian mereka datang meliput, wawancara itu termasuk ring 1. Kalau untuk ring 2 dan 3 itu tergantung seberapa sering mereka meliput Untag. Dari situ

kami jalin relasi dengan wartawannya, dari relasi itu kami bekerja sama juga untuk iklan, ada iklan media massa yang berasal dari tawaran wartawan, mereka memberi harga, kami ajukan kepada pimpinan, terkadang kami nego juga agar mendapat harga yang sesuai”.

- c. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh humas dalam menyusun sebuah program?

“Kami hampir tidak punya program yang spesifik, kami lebih sering konferensi pers untuk wisuda, peliputan media, dan gathering teman-teman media. Kalau untuk event-event spesifik kami masih fokus di penyebaran informasi aja”.

- d. Bagaimana cara humas memfasilitasi kepentingan media massa yang berkaitan dengan lembaga?

“Yang pastinya kalau berkaitan dengan lembaga, karena kami bermitra dengan mereka, dan misal mereka butuh narasumber untuk kenaikan harga minyak, kami carikan narasumbernya melalui relasi dengan fakultas yang sesuai dengan kebutuhan narasumber, setelah mendapatkan narasumber, kami membuat janji dengan wartawan dan fakultas untuk wawancara, jadi prosesnya seperti itu. Kalau kami tidak memiliki narasumber yang dibutuhkan oleh wartawan, kami akan mengarahkan mereka untuk mewawancarai kampus lain. Intinya kami memfasilitasi wartawan untuk menggali informasi, supaya mereka menyebarkan ke masyarakat, jadi berkaitan dengan informasi publik”.

- e. Apakah *media centre* juga termasuk fasilitas yang disediakan untuk media?

“Betul, salah satu fasilitas yang diberikan Untag adalah media centre, berdasarkan testimoni teman-teman, tidak banyak instansi/universitas yang menyediakan media centre. Kalau mereka sedang tidak meliput event di Untag atau mereka habis dari luar, mereka bisa datang untuk sharing”.

- f. Bagaimana cara humas mengelola konferensi pers?

“Konferensi pers itu terbagi 2, ada yang sudah kami siapkan dan tidak. Untuk konferensi pers yang disiapkan itu seperti karya menarik disetiap wisuda, minimal seminggu sebelum wisuda, kami mengadakan konferensi pers yang berkaitan dengan penghargaan ketika wisuda yang dinamakan skripsi karya menarik versi media massa. Itu didapatkan dari konferensi pers yang diadakan humas, sejauh ini kami lebih banyak mengadakan konferensi pers yang disiapkan daripada yang tidak disiapkan/darurat/accidental”.

- g. Bagaimana humas menyusun materi *press briefing*?

“Dimulai dari kegiatan, karya, inovasi, kejadian kami sortir apakah bahan ini perlu dipublikasikan atau tidak kepada media massa. Lalu tahap selanjutnya apakah bahan yang kami kirimkan ini hanya menjadi press release saja atau kami

mengundang pihak media untuk menghadiri konferensi pers untuk mewawancarai langsung acara yang kami senggarakan”.

- h. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas dalam memonitoring media massa?

“Setelah membuat liputan, media membuat 2 jenis tulisan yang dikirimkan ke kami, untuk versi online kami dikirimkan link dan untuk versi cetak mereka mengirim soft file dari koran/majalah lalu kami clipping artikel tersebut. Setiap tahun kami memiliki laporan media massa, yang berisi clipping online dan offline yang kemudian digunakan untuk monitoring media massa yang bisa dimitrakan kepada ring 1,2,3. Dan juga untuk menilai jenis berita yang sedang populer pada saat itu”.

- i. Apa saja bahan/informasi yang dikumpulkan humas ketika memonitoring media massa?

“Diawali dari rekap berita, kami dapat melihat seberapa sering media meliput dan menulis tentang kami”.

- j. Apa tujuan humas melakukan monitoring media?

“Tujuannya untuk melihat media mana yang sering memasuki humas untag untuk peliputannya, yang dapat jadi bahan pertimbangan kami untuk memasang iklan sesuai dengan segmen media tersebut”.

- k. Bagaimana cara humas dalam menyusun dan melaksanakan *special event* (event kehumasan)?

“Terakhir kali kami mengadakan special event itu pada tahun 2019 yang berupa dies natalies Untag, pada saat pandemi special event yang kami adakan berupa PKKMB hybrid yang mana kami ikut berperan di acara tersebut”.

- l. Apakah dies natalies Untag Surabaya akan diadakan lagi?

“Harusnya tahun depan diadakan lagi, karena kebijakan sudah full offline, untuk saat ini kami masih fokus pada PKKMB dan wisuda”.

- m. Indikator apa saja yang diperhatikan untuk dapat menyelenggarakan *special event*?

“Sesuai dengan kebutuhan Untag Surabaya, apakah kami membutuhkan publikasi, segmen yang tepat untuk menyelenggarakan special event, dan dampak dari special event yang diadakan. Kalau media gathering kami benar-benar bermitra dengan wartawan, jadi mereka tidak hanya meliput tetapi saling memenuhi kebutuhan, seperti penyebaran informasi kalau dari pihak media mereka bisa mendapatkan narasumber dari kami”.

- n. Apa saja pertimbangan yang dimiliki oleh humas dalam memasang iklan di media massa?

“Tujuannya apa, segmennya siapa, dampak dari media,

harga yang sesuai”.

o. Siapa segmen terbesar dari Untag Surabaya?

“Segmen terbesar kami di usia 18 – 24 tahun, yang termasuk ke usia mahasiswa”.

p. Bagaimana cara humas menyusun kegiatan/aktivitas yang dapat menarik perhatian media massa untuk publikasi gratis?

“Ketika pandemi, kami sering mengirimkan press release dan hampir 80% dinaikkan oleh wartawan, kami menyusun press release dengan kepentingan, menarik dan terkini. Yang penting bagi kami adalah mengedukasi dan tidak menjatuhkan satu pihak”.

q. Apakah humas pernah bekerjasama dengan media massa dalam sebuah event/kegiatan?

“Kami sering memberi ucapan ulang tahun ke media-media, dan diberikan muatan untuk beberapa hari, dan juga kami banyak bekerja sama dengan media online. Kalau untuk event kemarin kami kerja sama dengan hello kampus dan membuka stand di acara tersebut”.

**D. Wawancara dengan Ketua Jurnalis Sahabat Pendidikan
Bapak Willy Irawan, pada tanggal 2 November 2022, pukul 12.30
WIB**

a. Bagaimana upaya Humas Untag Surabaya dalam melayani media?

“Pelayanan humas Untag cukup bagus karena mereka memberikan kenyamanan dengan cara menyediakan media centre, ruang yang dikhususkan untuk wartawan”.

- b. Komunikasi apa yang humas lakukan dalam menjalin relasi dengan media?

“Komunikasi antara saya dengan humas tidak terpaku kepada berita saja, tetapi kami juga saling menanyakan kebutuhan dan memberikan saran satu sama lain yang terkadang dapat diolah menjadi sebuah berita”.

- c. Bagaimana bentuk kerja sama bagi Humas Untag Surabaya dengan media?

“Humas Untag sering mendukung program kerja kami bahkan sampai kegiatan yang tidak terkait dengan jurnalis sekalipun, mensupport ke kantor kami dalam beberapa bentuk seperti iklan dan sebagainya. Yang membuat kami juga memberi dukungan dan support kepada Humas Untag melalui pemberitaan”.

- d. Apakah Humas Untag sering mengadakan acara *gathering* dengan media? (kegiatan apa saja yang dilakukan di acara tersebut?)

*“Mereka rutin mengadakan acara *gathering* tiap tahun, untuk mempererat hubungan dengan media. Kegiatan yang dilakukan bersifat rekreasi seperti naik gunung, makan*

bersama, dan sebagainya”.

e. Bagaimana hasil dari *press release* Humas Untag?

“Dari segi redaksionalan bagus, tema-tema yang diangkat aktual dan sesuai dengan kebutuhan media”.

f. Bagaimana cara Humas Untag memfasilitasi kepentingan media massa yang berkaitan dengan institusi/lembaga?

“Humas Untag merupakan salah satu lembaga yang paling dekat dengan wartawan, mereka tidak hanya mengundang kami ketika ada kegiatan, tetapi ketika kami sedang membutuhkan sesuatu/seseorang untuk liputan, Humas Untag menyediakan kebutuhan tersebut”.

g. Bagaimana hasil konferensi pers Humas Untag?

“Cukup memenuhi kebutuhan media, Humas Untag pandai dalam menangkap isu-isu yang sedang terjadi saat ini, isu-isu tersebut dielaborasi menjadi pers sesuai dengan isu yang aktual agar kami dapat mengangkat hal-hal tersebut”.

h. Bagaimana cara Humas Untag dalam menyusun dan melaksanakan *special event* (event kehumasan)?

“Ada beberapa acara seperti PKKMB, kami diberitahu dan diundang dari jauh-jauh hari sebelum pelaksanaan, dan Humas Untag sering konsultasi kepada kami terkait tanggal yang tepat untuk pelaksanaan special event. Agar Humas Untag mendapat liputan untuk acaranya dan kami

dapat menentukan jadwal yang sesuai dengan waktu kami”.

**E. Wawancara dengan Wartawan Media MNC Group
Bapak Yudha Prawira, pada tanggal 2 November 2022, pukul
12.45 WIB**

- a. Bagaimana upaya Humas Untag Surabaya dalam melayani media?

“Secara pribadi saya merasakan pelayanan yang diberikan Humas Untag kepada kami para media cukup bagus, kami terlayani dan dirangkul dengan baik”.

- b. Komunikasi apa yang humas lakukan dalam menjalin relasi dengan media?

“Komunikasi yang dilakukan berbentuk 2 arah, dalam artian kami saling berkesinambungan dengan satu sama lain, karena kami mengetahui bahwa kami saling membutuhkan baik secara pekerjaan dan pertemanan”.

- c. Bagaimana bentuk kerja sama bagi Humas Untag Surabaya dengan media?

“Kerjasama antara kami juga berjalan dengan baik, kebutuhan kami sebagai media terlayani, begitu juga sebaliknya dari humas Untag sendiri. Tidak pernah ada kendala, dan segalanya terakomodir dengan baik”.

- d. Apakah Humas Untag sering mengadakan acara *gathering* dengan media? (kegiatan apa saja yang dilakukan di acara tersebut?)

“Secara pribadi, saya bilang sering banget, dan kegiatan yang dilakukan dalam acara gathering tersebut merupakan kegiatan yang dapat membantu dan memenuhi kebutuhan setiap pihak”.

- e. Bagaimana hasil dari *press release* Humas Untag?

“Humas Untag mengerti keperluan yang dibutuhkan oleh media, press release yang dibuat oleh humas Untag selalu dikordinasikan dengan media. Mereka menanyakan kebutuhan media kami, dan kami memberi masukan karena kami juga ingin sebisa mungkin press release yang diterbitkan Humas Untag memiliki news value dan layak tayang”.

- f. Bagaimana cara Humas Untag memfasilitasi kepentingan media massa yang berkaitan dengan institusi/lembaga?

“Humas Untag tidak pernah mempersulit, selagi mereka memiliki sesuatu yang kami butuhkan. Dan kami juga memberikan pelayanan yang sama kepada Humas Untag”.

- g. Bagaimana hasil konferensi pers Humas Untag?

“Sejauh ini baik, sebagai wartawan dari media TV, saya membantu meningkatkan news value berita yang diberikan Humas Untag untuk ditayangkan di televisi itu sesuai

dengan kebutuhan kami. Dan kami memberi masukan kepada Humas Untag agar berita mereka dapat di tampilkan di media kami dan tersampaikan pada khalayak umum, dan dapat terakomodir dengan baik”.

- h. Bagaimana cara Humas Untag dalam menyusun dan melaksanakan *special event* (event kehumasan)?

“Kelebihan yang dimiliki oleh humas Untag yaitu sebelum ada kegiatan yang berlangsung, mereka mengabari para media, dan meminta masukan untuk acara yang akan diselenggarakan. Yang saya apresiasi adalah saran yang kami berikan itu dapat diterapkan oleh Humas Untag pada saat itu juga”.

- i. Apa saja fasilitas yang disediakan dan diberikan di media centre?

“Saya merasa ruangan ini seperti rumah, karena setiap hari selalu ada yang baru di ruangan ini, seperti makanan, minuman, dan sebagainya. Humas Untag melayani kami dengan baik sehingga memberi kesan tidak ingin teman-teman media ini kesusahan, fasilitas yang diberikan oleh Humas Untag kepada media itu luar biasa”.

Lampiran 3: Dokumentasi

Gambar 3.1. Wawancara dengan wartawan



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

Gambar 3.2. wawancara dengan Kepala Humas via Zoom



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

Lampiran 4: Salinan Surat izin Penelitian



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisp@untag-sby.ac.id

Surabaya, 29 September 2022

Nomor : 2898/K/FISIP/IX/2022
 Lampiran : 1 (Satu) Berkas Proposal
 Perihal : Permohonan Ijin Observasi

Kepada Yth. : Kepala Bagian Humas Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya

Dengan hormat.

Sehubungan dengan pemenuhan data sebagai syarat menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan observasi dan wawancara.

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, maka bersama ini kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin dan bantuan kepada mahasiswa di bawah ini:


Nama	Alamat	No. Tlp
Adrian Ali Fadhillah (1151800015)	Jl. Delta Tama 1 No. 24, Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo	087883415656

Guna melakukan pengambilan data di:

" Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya "

Dengan Judul Skripsi: "Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam Menjaga Citra Lembaga".

Demikian permohonan kami, atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terimakasih.



 Dekan
 Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
 NPP 20120.87.0103



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

Surabaya, 29 September 2022

Nomor : 2899/K/FISIP/IX/2022
 Lampiran : 1 (Satu) Berkas Proposal
 Perihal : Pemohonan Ijin Observasi

Kepada Yth. : Kepala Kepala Sub Bagian Pengelolaan Media
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya

Dengan hormat.
 Sehubungan dengan pemenuhan data sebagai syarat menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan observasi dan wawancara.
 Berkenaan dengan hal tersebut diatas, maka bersama ini kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin dan bantuan kepada mahasiswa di bawah ini:


Nama	Alamat	No. Tlp
Adrian Ali Fadhillah (1151800015)	Jl. Delta Tama 1 No. 24, Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo	087883415656

Guna melakukan pengambilan data di:

" Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya "

Dengan Judul Skripsi: "Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam Menjaga Citra Lembaga".

Demikian permohonan kami, atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terimakasih.


 Dekan
 Dr. Dita. Ayun Maduwinarti, M.P.
 NPP 20120.87.0103



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisp@untag-sby.ac.id

Surabaya, 29 September 2022

Nomor : 2901/K/FISIP/IX/2022
 Lampiran : 1 (Satu) Berkas Proposal
 Perihal : **Permohonan Ijin Observasi**

Kepada Yth. : Staf Reporter Humas Untag Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya

Dengan hormat.

Sehubungan dengan pemenuhan data sebagai syarat menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan observasi dan wawancara.

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, maka bersama ini kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin dan bantuan kepada mahasiswa di bawah ini:

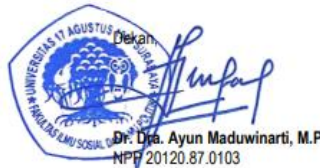
Nama	Alamat	No. Tlp
Adrian Ali Fadhilla (1151800015)	Jl. Delta Tama 1 No. 24, Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo	087883415656

Guna melakukan pengambilan data di:

" Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya "

Dengan Judul Skripsi: "Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam Menjaga Citra Lembaga".

Demikian permohonan kami, atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terimakasih.


 Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
 NPP 20120.87.0103



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
BAGIAN HUBUNGAN MASYARAKAT & PROTOKOLER
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya 60118
 Telp: 031-5931800 ext. 225 | E-mail: humas@untag-sby.ac.id

Nomor : 47/K/HP/X/2020 Surabaya, 06 Oktober 2022
 Lamp. : 1 (satu) Berkas
 Hal : Tanggapan Permohonan Ijin Observasi

Kepada Yth. : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru no. 45 Surabaya

Dengan Hormat,

Menanggapi Surat Permohonan Ijin Observasi Nomor 2899/K/FISIP/IX/2022 pada 29 September 2022. Humas & Protokoler Untag Surabaya **berkenan** untuk dijadikan tempat pengambilan data untuk kepentingan Skripsi melalui metode observasi dan wawancara di Humas & Protokoler Untag Surabaya oleh mahasiswa dengan identitas :

Nama : Adrian Ali Fadhillah
 NIM : 1151800015
 Alamat : Jl. Delta Tama 1 No. 24, Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo
 No. Telp : 087883415656

Dengan Judul Skripsi: "Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam Menjaga Citra Lembaga".

Demikian surat ini Humas & Protokoler Untag sampaikan. Atas perhatian serta kerjasamanya, Humas & Protokoler Untag sampaikan terima kasih.

Hormat kami,
 Kabag Humas & Protokoler




Karolin Rista, S.Psi., M.Psi.

NPP. 201510.12.0607

Lampiran 5: Kartu Bimbingan

133



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Adrian Ali Fadhillia



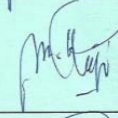

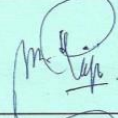

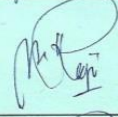


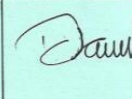
NBI : 1151800015





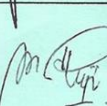
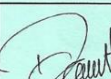
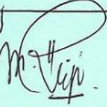
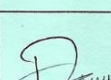
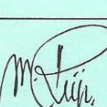

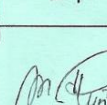

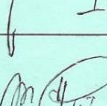
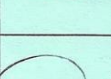
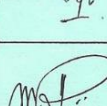
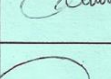
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing I : Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom

Dosen Pembimbing II : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom

Judul Skripsi : Strategi Media Relation Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Dalam Menjaga Citra Lembaga

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	18/03	Merapihkan paragraf, menambahkan penjelasan pada labor belahang		
	23/05	Menyesuaikan landasan teori, mengaitkan kerangka konsep		
	21/06	Merapihkan paragraf, merubah teknik analisis data, menyesuaikan keabsahan data		
	20/07	Menambahkan keterangan metode, menentukan penggunaan keabsahan data		
	12/09	Menambahkan kriteria informan, membenarkan kerangka konsep, menyesuaikan landasan teori		

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	14/09	Memperbaiki paragraf, mengurangi pemakaian bahasa asing		
	19/09	Membuat instrumen pertanyaan		
	21/09	Menyesuaikan instrumen pertanyaan		
	28/09	Perbaiki instrumen pertanyaan Tunjuk lapangan.		
	1/11	Pembahasan dan analisa.		
	2/11	Menyusun format penulisan Bab IV		
	23/11	BAB IV diperbaiki, Lanjut BAB V.		
	5/12	ACC Sidang		

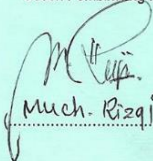
Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing


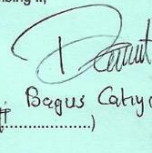
Bimbingan dinyatakan

Tanggal: 5 Desember 2022

Dosen Pembimbing I,


 Much Rizqi

Dosen Pembimbing II,


 Much Rizqi
 
 Begus Cahyo Shab A F

Lampiran 6: Hasil Turnitin

ORIGINALITY REPORT			
17%	16%	1%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	3%	
2	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	2%	
3	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	2%	
4	binus.ac.id Internet Source	1%	
5	id.123dok.com Internet Source	1%	
6	eprints.upj.ac.id Internet Source	1%	
7	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Student Paper	1%	
8	www.coursehero.com Internet Source	1%	
9	jurnal.uii.ac.id Internet Source	1%	
	repositorv.stikosa-aws.ac.id		

10	Internet Source	1%
11	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	1%
12	slpanna95.blogspot.com Internet Source	1%
13	Submitted to Reykjavik University Student Paper	1%
14	balitbang.pemkomedan.go.id Internet Source	1%
15	id.scribd.com Internet Source	1%

Exclude quotes Off Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off

Lampiran 7: Lembar Revisi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Adrian Ali Fadhila.

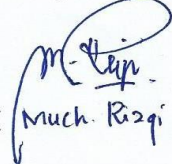
NIM : 1151800015

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Desember 2022

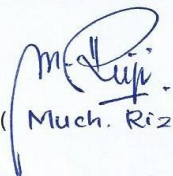
Catatan Perbaikan:

- Sesuaikan dg saran dari dosen penguji 2 dan 3.

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


(Much. Rizqi)

Revisi dari Dosen Penguji,


(Much. Rizqi)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Adrian Ali Fadhillah


NIM : 1151800015

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Desember 2022

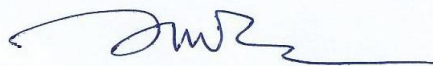
Catatan Perbaikan:

① kerangka konsep
② permasalahan

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


()

Revisi dari Dosen Penguji,


(Edy Sudarsono)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : ADRIAN ALI FADHILA

NIM : 1151800015

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

- LBM, Mohon perbaiki, tunjukkan urgensinya.
- Bab II Tambahkan teori yg relevan → Kom. Org.
- Bab II Perbaiki Kesangka Berpikir.
- Bab III Perbaiki Triangulasi / Teknik
 - Keabsahan data.
- Bab IV perbaiki sistematika penyajian data

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,



(A. A. Prihandari S.H. Kadevi)