

Strategi Media Relations Partai Gelora Dalam Membangun Kepercayaan Publik

Zea Azzahira Alkayyisa Bahri
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Tria Patrianti
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Abstract. *The aim of this research was to determine whether a political party can build public trust. This research examines the media relations carried out by the Gelora Party in building public trust. The background to this research is that political parties are state institutions that have the lowest percentage of trust among other state institutions, due to the lack of fulfillment of promises made. Therefore, the Gelora Party carries out various publicity in the media, one of which is through media relations, with the aim of providing information that will be published by the media and its crew, and with various information, one of which is providing education regarding political parties to the public, so that with this effort it is hoped that change the public's view of political parties. This research uses theories that are relevant to the matter under study, namely media relations strategy theory (Iriantara, 2019:94-110), as well as public trust theory (Haning, Hasniati & Tahili, 2020:25-39). The method used in this research is descriptive qualitative, the data collection technique used is primary data in the form of interviews with informants and secondary data in the form of documentation, both data and images. With the results of media relations research carried out by the Gelora Party in building public trust. Through the answers obtained from informants, it was stated that the media relations carried out could provide literacy about political parties to the public, build trust in the media and journalists and produce the highest percentage of popularity for newly established parties. It can be concluded that the media relations carried out by the Gelora Party have an impact on building public trust. This is also supported by Triangulation answers from senior journalists who assess the media relations carried out by the Gelora Party.*

Keywords: *Media Relations Strategy, Public Trust, Partai Gelora*

Abstrak. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui suatu partai politik dalam membangun kepercayaan publik. Penelitian ini meneliti media relations yang dilakukan Partai Gelora dalam membangun kepercayaan publik. Hal yang melatar belakangi penelitian ini dikarenakan partai politik menjadi instansi negara yang memiliki persentase kepercayaan paling rendah diantara instansi negara lainnya, sebab kurangnya pemenuhan janji yang disampaikan. Maka dari itu Partai Gelora melakukan beragam publisitas di media, salah satunya melalui media relations, dengan tujuan memberikan informasi yang akan dimuat oleh media dan awaknya, dan dengan informasi yang beragam yang salah satunya memberikan edukasi terkait partai politik kepada publik, sehingga dengan usaha itu diharapkan merubah pandangan publik terhadap partai politik. Penelitian ini menggunakan teori yang relevan terhadap hal yang diteliti yakni teori strategi media relations (Iriantara, 2019:94-110), serta teori kepercayaan publik (Haning, Hasniati & Tahili, 2020:25-39). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah data primer berupa wawancara dengan informan dan data sekunder berupa dokumentasi baik data maupun gambar. Dengan hasil penelitian media relations yang dilakukan Partai Gelora dalam membangun kepercayaan publik. Melalui jawaban yang diperoleh dari informan dinyatakan bahwa media relations yang dilakukan dapat memberikan literasi mengenai partai politik kepada publik, membangun kepercayaan terhadap media dan wartawan serta menghasilkan persentase popularitas paling tinggi sebagai partai yang baru berdiri. Dapat disimpulkan bahwa media relations yang dilakukan Partai Gelora berdampak dalam membangun kepercayaan publik. Hal ini juga didukung oleh jawaban Triangulasi jurnalis senior yang menilai terhadap media relations yang dilakukan Partai Gelora.

Kata kunci : Strategi Media Relations, Kepercayaan Publik, Partai Gelora

LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan hal yang mendasar dan penting untuk keberlangsungan kehidupan manusia. Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial, yang mana bersosialisasi merupakan bagian dalam melakukan komunikasi. Dalam ilmu komunikasi juga terbagi menjadi berbagai ilmu, salah satunya Public Relations atau Hubungan Masyarakat (Humas), yang mana keduanya merupakan salah satu profesi penting dalam suatu instansi atau perusahaan. Kemudian sebagai salah satu instansi negara, partai politik juga memiliki humas yang berperan dalam kegiatan komunikasi. Adanya partai politik sendiri sebagai alat berkomunikasi, karena berperan sebagai wadah untuk menampung pendapat dan aspirasi yang datang dari masyarakat, lalu sebagai instansi yang memiliki peran dalam menyalurkan komunikasi, tentunya keberadaan humas sangat dibutuhkan, sehingga kegiatan menerima dan menyalurkan komunikasi dari masyarakat dapat sesuai dengan aturan. Humas partai politik juga berperan dalam membenahi jika ada isu yang menjerat partainya, seperti dengan melakukan ide kampanye, ide dan publikasi konten yang beragam menyesuaikan kategori penonton, membuat press release, menjalin relasi dengan wartawan dan lain sebagainya.

Fenomena partai politik di masyarakat Indonesia, dalam beberapa tahun belakangan ini tidak mendapat respon positif dari masyarakat, karena kurangnya ketidakpercayaan serta ketidakpuasaan masyarakat terhadap kinerja partai politik, dikarenakan isu negatif yang sering menjerat para anggota partai.

Melalui survey yang dilakukan Indikator Politik Indonesia (IPI) mengenai tingkat kepercayaan publik terhadap institusi-institusi demokrasi, menunjukkan institusi yang paling krusial seperti partai politik, DPR, DPD, dan MPR justru mendapat kepercayaan publik relatif rendah dibanding institusi demokrasi lainnya. Survey indikator yang dilakukan di bulan Juni 2022 ini dengan total responden berjumlah 1.200 orang dari seluruh provinsi di Indonesia dengan metode wawancara tatap muka. Partai politik memperoleh persen paling rendah diantara kepercayaan publik dengan institusi demokrasi krusial lainnya.

Tabel 1. 1 Persentase Survey Instansi Negara Indonesia

| No. | Instansi Negara | Survey |
|-----|--------------------------------------|--------|
| 1. | DPR (Dewan Perwakilan Rakyat) | 62,4 % |
| 2. | DPD (Dewan Perwakilan Daerah) | 64,6 % |
| 3. | MPR (Majelis Permusyawaratan Rakyat) | 64,7 % |
| 4. | Partai Politik | 56,6 % |

Gambar 1. 1 Indeks Kepercayaan Terhadap Institusi Negara

Sumber: indikator.co.id

Indikator yang menjadi penyebab turunnya kepercayaan publik terhadap partai politik, menurut *kompasiana.com*, kurangnya kepercayaan publik ini disebabkan perilaku politik yang sangat rasional yang menjadikan bagian politikan menjadi transaksional yang dimainkan partai politik dan politisi. Bahkan penyebab paling besar dalam masalah ini menjadikan kegagalan partai politik, sebab kurangnya penetapan janji yang misalnya gagal, dalam pemenuhan janji untuk kesejahteraan, karena salah satu peran partai politik adalah mampu meningkatkan kesejahteraan rakyatnya, yang dimana dapat dilakukan berbagai program pembangunan yang dilaksanakan sistematis dan bersifat eksekutif.

Partai Gelora merupakan partai politik yang baru berdiri selama 3 tahun, didirikan di tahun 2019. Para pendiri Partai Gelora merupakan tokoh politisi yang berasal dari Partai PKS. Pendiri Partai Gelora Anis Matta, mengakui bahwa terpecahnya anggota saat berada di Partai PKS, karena terjadinya konflik internal dalam partai, kemudian para politisi yang terjerat konflik tersebut serempak mengikuti jejak Anis Matta selaku ketua umum Partai Gelora. Dari sebelum terpecahnya Partai PKS ini, sudah banyak isu negatif yang menjerat Partai PKS, salah satunya isu besar korupsi, yang menyebabkan di tahun 2014 Partai PKS menjadi partai dengan pemberitaan isu negatif paling tinggi diantara partai besar lainnya, saat itu pun Partai PKS tetap bertahan karena masih adanya dukungan publik terhadap Anis Matta. Walaupun pada akhirnya Anis Matta dengan para tokoh besar politisi lainnya memilih mendirikan partai baru dengan strategi politik yang berbeda dengan Partai PKS.

Partai Gelora memahami pentingnya keterbukaan informasi kepada publik, karena ini juga memberikan manfaat kepada kedua belah pihak, yang mana Partai Gelora lebih mudah dalam menerima aspirasi serta keluhan khalayak begitupun khalayak mempermudah dalam mendapatkan informasi seputar partai dan diberikan tempat untuk mengemukakan pendapatnya. Kemudian dari keterbukaan informasi ini juga menjadi tanggung jawab humas

Partai Gelora, karena segala informasi yang disampaikan sangat mempengaruhi pendapat publik. Humas Partai Gelora juga bertugas dalam mengangkat isu yang sedang hangat dibicarakan, diprogram berjudul Gelora Talks, yang kemudian disiarkan melalui media sosial lalu disebar di media massa. Kegiatan ini merupakan kegiatan rutin Partai Gelora disetiap minggu, dengan mengundang para narasumber berpengalaman disetiap bidang isu yang sedang ramai, dan juga tokoh dari pihak Partai Gelora yang juga menjadi pembicara untuk memberikan opini bagaimana Partai Gelora menanggapi isu tersebut, serta memberikan kesimpulan akhir dari setiap masing-masing opini narasumber. Dari kegiatan ini humas Partai Gelora juga menyajikan tempat untuk berkomunikasi dengan khalayak atau wartawan secara langsung, dengan cara memberikan kesempatan bagi khalayak untuk bertanya atau berkomentar.

Publisitas yang dicapai Partai Gelora pada media massa sebagai wujud keterbukaan informasi serta komunikasi terhadap publik, merupakan suatu hubungan baik yang dijalin antara humas Partai Gelora dengan media massa atau dapat disebut media relations.

Menangani popularitas yang diperoleh Partai Gelora sebagai partai yang baru berdiri, menjadi tanggung jawab seorang Public Relations atau humas dalam menangani hal tersebut. Seperti dengan menjaga popularitas yang telah di peroleh agar persentasenya tidak turun, dengan terus membuat publikasi terkait hal-hal yang dapat memberikan respon positif kepada publik dan masyarakat, seperti konsisten dalam memahami aspirasi yang hendak publik sampaikan, membahas setiap isu yang sedang terjadi dan memberikan solusi yang bijaksana, membuat publikasi konten yang dapat dipahami setiap kalangan, sehingga dapat memberikan pendidikan politik. Public Relations tidak hanya dalam menjaga persentase agar tetap diatas, namun juga dalam memanfaatkan ke-popularitasan tersebut, sehingga harus terus membuat beragam publikasi guna terus menambah persentase dan juga semakin dikenal baik oleh publik

Segala kegiatan Public Relations atau kehumasan tentunya berujung pada citra dan reputasi, yang mana terbangunnya citra atau citra yang sudah berhasil terbangun baik, membutuhkan adanya kepercayaan publik, karena tanpa adanya kepercayaan publik maka tidak akan ada yang namanya pendukung. Media relations merupakan salah satu bagian dari Public Relations yang dapat ditempuh dalam membangun kepercayaan publik. Sebagai bagian dari instansi negara, humas Partai Gelora menjalankan media relations sebagai salah satu upaya dalam membangun kepercayaan publik. Dalam menjalankan media relations diperlukan sebuah strategi agar kegiatan media relations dapat terlaksana dengan efektif dan efisien serta mencapai tujuan dengan baik.

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Public Relations

Rex Harlow menyatakan bahwa definisi dari Public Relations adalah “Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama” (Ruslan, 2016).

Griswold mengungkap tentang batasan Public Relations yaitu Public Relations is the management functions which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual organization with the public interest and plans executes a program action to learn public understanding and acceptance (Public Relations adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi publik, memperkenalkan berbagai kebijakan dan prosedur dari suatu individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan membuat perencanaan, dan melaksanakan suatu program kerja dalam upaya memperoleh pengertian dan pengakuan publik) (Soemirat & Ardianto, 2017).

Pengertian Media Relations

Media adalah agen sosial yang sangat berpengaruh. Beberapa ahli teori media menyatakan bahwa kekuatan media dapat berkisar dari mendiskreditkan pemimpin politik, menjatuhkan pemerintahan dan bahkan memulai atau menghentikan perang (Griffin, 2003) dalam buku Media Relations (Syahputra, 2019). Oleh karena itu, praktisi Public Relations dalam media relations harus tahu bagaimana setiap jenis media bekerja. Untuk kepentingan korporasi, isu negatif yang diberitakan dapat menurunkan atau mengurangi reputasi, bahkan dapat mengacaukan relasi yang lebih luas. Sebab itu, struktur media relations sebuah korporasi harus didesain untuk aktivitas yang bersifat proaktif dan reaktif dengan berbagai risiko dan peluang dapat berhubungan baik dengan media.

Menurut (Lesly, 1991:7) dalam buku (Iriantara, 2019) menjelaskan media relations berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Menurut (Iriantara, 2019) apa yang diuraikan oleh Lesly lebih pada sisi manfaat yang diperoleh organisasi dan kegiatan yang dilakukan organisasi dalam menjalankan media relations, manfaat berupa publisitas. Sedangkan

kegiatan yang dapat menopang publisitas adalah merespon kepentingan media.

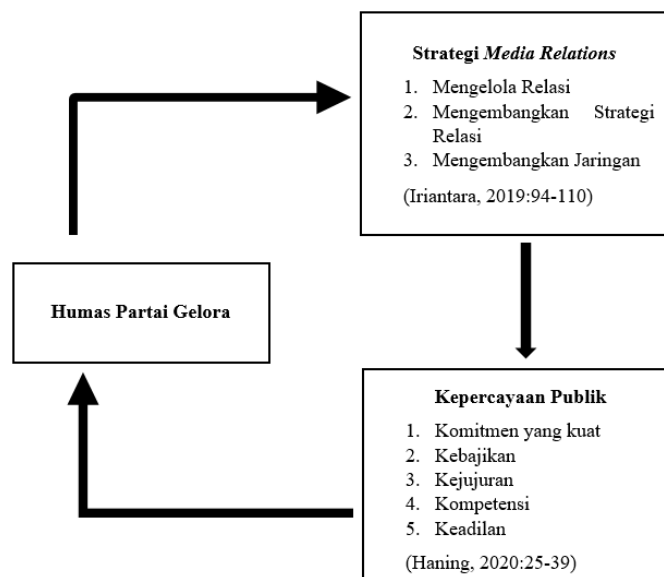
Pengertian Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik adalah elemen kunci dalam memperoleh dukungan yang kuat dari warga masyarakat kepada pemerintah dan organisasi publik untuk men capai efektivitas kinerja dalam kebijakan publik dan implementasinya. Hasil akhir dalam administrasi publik adalah terwujudnya saling percaya (mutual trust) antara pe merintah dan masyarakat (Haning, Hasniati, & Tahili, 2020). Dengan adanya kepercayaan publik, menunjukkan perasaan positif dari masyarakat terhadap birokrasi dan para pejabatnya. Perasaan positif dari kepercayaan ini dapat berupa perasaan senang, nyaman, serta mendukung pemerintah dan berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan sebagai feedback atau umpan balik dari setiap kebijakan yang dikeluarkan. Oleh karena itu, kepercayaan publik merupakan unsur penting karena menjadi faktor pendukung dalam penyelenggaraan negara. Dalam mengelola negara, pemerintah membutuhkan hubungan yang konstruktif dengan publik guna meraih kepercayaan publik sehingga pelaksanaan kegiatan pemerintahan dapat berjalan dengan efektif, (Rahayu dan Juwono, 2019).

Kerangka Konsep

Berdasarkan permasalahan dan landasan teori yang digunakan, maka kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel Kerangka Konsep



METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode ini merupakan suatu penelitian yang diupayakan untuk mengamati, fenomena atau permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu. Metode penelitian yang akan berisi data untuk memberikan gambaran penyajian laporan. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, foto, catatan pribadi, dokumen pribadi atau resmi dan lainnya.

Menurut Sugiyono, metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat pospositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan, dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok, atau suatu kejadian (Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif dan R and D, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Media Relations Partai Gelora

a. Mengelola Relasi

Dalam mengelola relasi media relations memiliki dua aktivitas yang memiliki kepentingan yang sama, mengelola relasi dan menjalin hubungan dengan media massa, dan dengan wartawan karena keduanya akan berkesinambungan dalam menjalankan kegiatan media relations, yang dari berhasilnya mengelola relasi ini menjadi sasaran (objective) karena memiliki tujuan pokok (goal) yaitu komunikasi dengan publik. Hasil dari mengelola relasi yang dilakukan Partai Gelora dinilai baik, dari informasi dan release yang dikirimkan ke media dan awaknya. Dengan mengelola relasi yang dilakukan pun dapat membangun kepercayaan antara media dan awaknya. Kemudian terkait konten yang dipublikasikan pun dinilai baik dan terorganisir, sehingga literasi politik yang memang menjadi tujuan humas Partai Gelora untuk disampaikan kepada publik pun dapat diterima dengan baik disetiap kalangan.

b. Mengembangkan Relasi

Setelah mengelola relasi dan bisa menjalin hubungan baik dengan media massa, dimana persyaratan untuk memulai strategi media relations sudah tersedia, maka perlu menentukan fokus tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan/organisasi. Yang mana tujuan yang hendak dicapai melalui media relations dikelompokkan menjadi tiga kategori, yakni: meningkatkan kesadaran, mengubah sikap, dan mendorong tindakan. Tujuan-tujuan tersebut dapat dicapai

dengan menggunakan media massa. Hasil dari mengembangkan relasi yang dilakukan Partai Gelora, dengan mengoptimalkan kinerja kehumasan partai dinilai baik, kemudian keterbukaan informasi pun transparansi untuk diakses oleh publik. Penanganan dalam memberikan informasi lebih, yang diperlukan oleh wartawan pun dikelola dengan baik oleh Partai Gelora, sehingga wartawan dan media dapat mendapatkan informasi yang sesuai dan memuaskan.

c. Mengembangkan Jaringan

Mengembangkan jaringan pada dasarnya mempertanyakan posisi kita dalam sistem komunikasi yang ada di masyarakat. Banyak yang menyebutkan, salah satu cara untuk mengembangkan jaringan adalah memasuki organisasi-organisasi profesi atau memiliki kontak dengan organisasi profesi. Organisasi profesi kehumasan, seperti Perhumas, merupakan salah satu organisasi yang akan memperluas jaringan seseorang dalam bidang kehumasan. Hasil dari mengembangkan jaringan dengan menjaga kontak dengan kewartawan dan menjaga hubungan dengan organisasi pun dinilai baik, karena terdapat jobdesk di kehumasan Partai Gelora yang mengemban tugas salah satunya menjaga kontak dengan kewartawan, dan tergabung dengan organisasi kewartawan. Yang akan memudahkan untuk menyebarkan release, dan juga memudahkan jika ingin mengundang media dan wartawan jika ada event yang dilakukan oleh Partai Gelora.

Proses Membangun Kepercayaan Publik Partai Gelora

A. Kepercayaan Publik

Hasil dari proses membangun kepercayaan publik yang dilakukan oleh Partai Gelora dinilai baik, dari hal ini juga membuat Partai Gelora memperoleh persentase popularitas paling tinggi diantara partai baru lainnya. Yang mana salah satunya dari bagaimana Partai Gelora mengelola relasi media relations yang dilakukan.

Strategi Media Relations pada Partai Gelora

A. Media Relations

Media relations berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Dilihat dari sisi manfaat yang diperoleh organisasi dan kegiatan yang dilakukan organisasi dalam menjalankan media relations, manfaat berupa publisitas. Media relations yang menyatukan praktisi Public Relations dan wartawan hanya sedikit mengalami perubahan dalam 23 tahun terakhir. Kenyataan ini menunjukkan adanya relasi yang penting dan terus terjaga antara wartawan dan praktisi Public Relations, khususnya praktisi media relations. Memang kemudian muncul media sosial.

Namun, kehadiran media sosial rupanya hanya memperkaya bentuk-bentuk praktisi media relations. Para praktisi Public Relations memandang media konvensional lebih akurat, kredibel, dan lebih etis dibandingkan dengan media sosial atau blogs (Iriantara, 2019). Media relations merupakan salah satu bidang penting dalam korporasi sebab media merupakan saluran dalam proses terciptanya sebuah kerja sama, karena berfungsi untuk mempertemukan dengan investor, distributor, dan konsumen, serta menerima informasi mengenai citra korporasi. Dengan menggunakan media juga lebih menghemat biaya dalam mengirimkan serta menerima informasi, bahkan informasi yang dapat diterima tidak hanya investor ataupun distributor, melainkan jutaan orang di waktu yang bersamaan. Media relations juga dapat dipahami sebagai hubungan yang sistematis, terencana, terarah dan saling menguntungkan antara praktisi Public Relations dengan media.

B. Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik, menunjukkan perasaan positif dari masyarakat terhadap birokrasi dan para pejabatnya. Perasaan positif dari kepercayaan ini dapat berupa perasaan senang, nyaman, serta mendukung pemerintah dan berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan sebagai feedback atau umpan balik dari setiap kebijakan yang dikeluarkan. Oleh karena itu, kepercayaan publik merupakan unsur penting karena menjadi faktor pendukung dalam penyelenggaraan negara. Dalam mengelola negara, pemerintah membutuhkan hubungan yang konstruktif dengan publik guna meraih kepercayaan publik sehingga pelaksanaan kegiatan pemerintahan dapat berjalan dengan efektif. (Rahayu dan Juwono, 2019)

Kepercayaan publik terhadap Partai Gelora, dapat dinilai baik, karena sebagai partai baru, Partai Gelora sudah mendapatkan popularitas paling tinggi diantara partai baru lainnya. Hal ini dapat terjadi dari apa yang Partai Gelora lakukan selama pembangunan partai, yang mana jika dilihat dari viewers terhadap informasi yang Partai Gelora berikan kepada publik itu banyak menarik perhatian publik, Partai Gelora sendiri selalu berusaha memberikan informasi yang memang ingin diketahui publik, sehingga jika ada informasi yang Partai Gelora berikan, seperti melalui relasi dengan media, atau publikasi melalui kanal media pribadi, maka informasi tersebut selalu menarik perhatian publik, karena memang dari setiap informasi yang Partai Gelora berikan sejauh ini selalu mendapatkan respon positif dari publik, sebab publik merasa, Partai Gelora dapat memberikan tanggapan terkait isu-isu yang sedang berkembang di masyarakat. Kemudian dari berita-berita yang dimuat di media, terutama media yang sudah besar namanya, berita yang dimuat itu pastinya memiliki pembaca yang banyak, dan dari situ juga informasi atau release yang Partai Gelora berikan, selalu memiliki angka pembaca yang

tidak sedikit. Dari sini menjadi salah satu indikator bagaimana Partai Gelora membangun kepercayaan publik, karena semakin banyak publik mengetahui terhadap apa yang Partai Gelora berikan kepada publik, maka publik akan merasa senang terhadap pemberian informasi terkait pertanyaan-pertanyaan yang sering diajukan, dari perasaan senang yang timbul akan membuat publik merasa percaya dan yakin untuk memberikan dukungan pada Partai Gelora, sehingga dapat meraih popularitas yang tinggi sebagai partai politik baru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Menurut hasil penelitian mengenai Strategi *Media Relations* Partai Gelora dalam Membangun Kepercayaan Publik, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

A. Mengelola relasi dalam membangun kepercayaan publik

Mengelola relasi *media relations* Partai Gelora, bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan media, dengan cara melakukan kerja sama berupa memberikan *release* kepada setiap media, baik media besar maupun media lokal. Dengan begitu *release* tersebut dapat dimuat oleh berita, kemudian masyarakat serta publik akan mudah dalam mendapatkan informasi terkait Partai Gelora, sehingga nama Partai Gelora akan semakin dikenali oleh publik. Selain dalam rutin memberikan *release* kepada media, Partai Gelora juga menjaga pendekatan personal dengan wartawan, karena dengan terbentuknya hubungan secara emosional, wartawan dan media pun akan merasa relasi yang terjalin di kelola dengan baik. Partai Gelora juga melakukan kunjungan media, atau sebaliknya, mengundang media, jika ada informasi yang ingin diketahui media atau hendak disampaikan oleh Partai Gelora kepada publik. Selanjutnya dalam membangun kepercayaan publik, mengelola relasi menjadi faktor yang sangat penting bagi Partai Gelora, karena dengan baiknya Partai Gelora mengelola relasi dengan media dan awaknya, Partai Gelora akan mendapatkan kepercayaan dari media untuk terus meliput dan memuat pemberitaan terkait Partai Gelora, tanpa adanya paksaan atau tekanan yang diberikan, media akan mengejar dengan sendirinya informasi yang mereka butuhkan, dari setiap *release* yang Partai Gelora berikan.

B. Mengembangkan relasi dalam membangun kepercayaan publik

Mengembangkan relasi *media relations* Partai Gelora, bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan relasi yang dilakukan, seperti selalu siap memberikan informasi yang dibutuhkan oleh media, jika media membutuhkan informasi yang lebih luas maka Partai

Gelora akan menyediakan jawaban yang menyesuaikan dengan pertanyaan yang diajukan oleh media, dengan begitu pertanyaan yang diajukan akan mendapatkan jawaban yang sesuai dan memuaskan. Dalam mengoptimalkan pengelolaan relasi pun Partai Gelora melakukan pelatihan yang berguna untuk menambah wawasan seputar kehumasan, dengan begitu humas Partai Gelora dan terus berkembang, sehingga akan semakin baik juga dalam memberikan pelayanan kepada media. Selanjutnya mengembangkan relasi dengan transparansi terhadap keterbukaan informasi, sehingga media, wartawan, publik hingga masyarakat dapat merasa yakin jika ingin memberi kepercayaan pada Partai Gelora, dengan begitu semakin mudah Partai Gelora mendapatkan dukungan dari publik. Kemudian dari perencanaan pengemasan agar penyebaran informasi sampai kepada publik, Partai Gelora mengoptimalkan dengan relasi yang terbangun, memastikan *release* yang dibuat disebar kepada banyak media hingga dimuat, dan juga informasi yang disampaikan melalui setiap media sosial Partai Gelora, yang penyampaiannya beragam, sehingga akan memberikan daya tarik disetiap kalangan. Dari mengembangkan jaringan yang dilakukan juga merupakan salah satu cara dalam membangun kepercayaan publik, jika Partai Gelora berusaha mengoptimalkan kinerja yang diberikan kepada publik, maka akan membangun kepercayaan tidak hanya dengan publik, namun dengan media juga, yang mana dari kepercayaan yang terbangun dengan media merupakan faktor yang akan memberikan manfaat banyak kepada Partai Gelora.

C. Mengembangkan jaringan dalam membangun kepercayaan publik

Mengembangkan jaringan *media relations* yang dilakukan Partai Gelora, dengan menjaga kontak terhadap para wartawan, dan tergabung dalam grup kewartawan, dengan hal ini akan berpengaruh dalam pengelolaan relasi yang dilakukan, dengan begitu wartawan pun merasa bahwa Partai Gelora membutuhkan media dan wartawan, dengan cara menjaga komunikasi yang intens diluar dari mengirimkan *release*, sehingga media dan wartawan akan merasakan hal yang sama, yaitu untuk menjalin kerja sama yang baik dan hubungan timbal balik, yang akan sangat menguntungkan. Kemudian dengan mengembangkan jaringan akan dalam membangun kepercayaan publik menjadi penting, karena dengan mengembangkan jaringan akan menciptakan hubungan relasi yang kuat terhadap media dan wartawan, dengan begitu semakin mudah informasi terkait Partai Gelora untuk disebar dengan cara dimuat di setiap media. Dari hal ini semakin mudah pula masyarakat serta publik mendapatkan keakuratan informasi, karena pemberitaan terkait Partai Gelora akan banyak ditemukan di berbagai media, baik media besar, mainstream, hingga media lokal. Selanjutnya publik pun akan memberi kepercayaan untuk mendukung Partai Gelora.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan terkait dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Dari penelitian yang sudah dilaksanakan, menyarankan dalam mengelola relasi, mengembangkan relasi, serta mengembangkan jaringan *media relations* Partai Gelora agar semakin luas, dan terus meluaskan hubungan dengan media dan awaknya. Sehingga kepercayaan publik yang sudah terbangun dapat dipertahankan, dan pendidikan atau literasi politik yang hendak disampaikan kepada publik dapat diwujudkan, serta dapat mempererat hubungan dengan lebih banyak media, baik nasional maupun media lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, E. &. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, E. (2018). *Handbook of Public Relations Pengantar Komperehensif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- David, F. R. (2012). *Manajemen Strategi dan Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dwiyanto, A. (2013). *Mengembalikan Kepercayaan Publik Melalui Reformasi Birokrasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara .
- Haning, M. T., Hasniati, & Tahili, M. (2020). *Public Trust Dalam Pelayanan Publik*. Makassar: UPT Unhas Press.
- Herdiansyah, H. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Indrayani, I. I. (2014). *Mengkaji PR Politik: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Empiris*. Scriptura, 54-59.
- Iriantara, Y. (2019). *Media Relations; Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, F. (2018). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, H. &. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* . Jakarta: Akademia.
- McNair, B. (2018). *Pengantar Komunikasi Politik* . Bandung: Nusa Media.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, J. (2012). *Membangun Kepercayaan dalam Mewujudkan Good Governance*. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, Vol. 1, No. 3, 23(27).
- Nurtjahjani, F. (2018). *Public Relations, Citra dan Praktek* . Malang: Polinema Press.

- Pradoko, S. (2017). Paradigma Metode Penelitian Kualitatif . UNY : Press.
- Rahayu, A. &. (2019). Birokrasi dan Governance: Teori, Konsep, dan Aplikasinya. Depok: Rajawali Pers.
- Ruslan, R. (2016). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi. Acta Diurna. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saragih, A. Y. (2022). Peranan Humas Partai Golongan Karya (Golkar) dalam Upaya meningkatkan Citra di Kabupaten Asahan. At-Tzakki, 6(1), 1-21.
- Stromback, J. &. (2011). Political Public Relations: Old Practice. New York: Routledge.
- Stromback, J. &. (2013). Political Public Relations: Old Practice, New Theory-Building. Public Relations, 7(4), 2-6.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, I. (2019). Media Relations. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Wardhani, D. (2013). Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi . Yogyakarta: Graha Ilmu.

Website

- “Survey Indikator: Tingkat Kepercayaan Responden ke Partai Politik Terendah”
<https://news.detik.com/berita/d-6014122/survei-indikator-tingkat-kepercayaan-responden-ke-partai-politik-terendah> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB
- “Survey Indopol: Banyak Masyarakat Tak Percaya Partai Politik”
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220727002822-32-826544/survei-indopol-banyak-masyarakat-tak-percaya-partai-politik> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB
- “Survey Indikator Politik: Tingkat Kepercayaan Pada Parpol Terendah Hanya 54 Persen”
<https://www.merdeka.com/peristiwa/survei-indikator-politik-tingkat-kepercayaan-pada-parpol-terendah-hanya-54.html> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB
- “PKS Menjadi Partai dengan Pemberitaan Negatif Paling Tinggi”
<https://news.detik.com/berita/d-2466969/pks-menjadi-partai-dengan-pemberitaan-negatif-paling-tinggi> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB
- “Kepercayaan Publik Terhadap Partai Politik Terendah”
<https://republika.id/posts/26634/kepercayaan-publik-terhadap-partai-politik-terendah> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB

“Alasan Rendahnya Tingkat Kepercayaan Terhadap Partai Politik”
<https://republika.id/posts/26634/kepercayaan-publik-terhadap-partai-politik-terendah>
Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB

“Keterbukaan Informasi Publik Komponen Penting Dalam Pemajuan Demokrasi”
<https://polkam.go.id/keterbukaan-informasi-publik-komponen-penting-dalam-pemajuan/> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB

“Kominfo Dorong Komitmen Parpol Terapkan Keterbukaan Informasi”
https://www.kominfo.go.id/content/detail/13148/kominfo-dorong-komitmen-parpol-terapkan-keterbukaan-informasi/0/berita_satker Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB

“Survei: Gelora dan Partai Ummat Parpol Paling Populer Jelang 2024”
<https://politik.rmol.id/read/2022/07/15/540369/survei-gelora-dan-partai-ummat-parpol-paling-populer-jelang-2024> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB

“Survei Litbang Kompas: Partai Gelora, Pendatang Baru Palung Dikenal”
<https://www.kompas.com/tren/read/2022/06/21/153000665/survei-litbang-kompas--partai-gelora-pendatang-baru-paling-dikenal?page=all> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB

“Partai Pelopor Digital Pertama di Indonesia Gelora Siap Masuk Senayan 2024 Mendatang”
<https://www.gosumut.com/berita/baca/2020/07/23/partai-pelopor-digital-pertama-di-indonesia-gelora-siap-masuk-senayan-2024-mendatang> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB

“Klaim Punya Popularitas Tinggi, Partai Gelora Optimis Lolos Ambang Batas”
<https://read.id/klaim-punya-popularitas-tinggi-partai-gelora-optimis-lolos-ambang-batas/> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB

“Partai Gelora dan Jebakan Partai Personalistik”
<https://yoursay.suara.com/news/2020/09/17/170027/partai-gelora-dan-jebakan-partai-personalistik> Diakses pada tanggal 5 Maret Pukul 09.00 WIB

Lain-Lain

“Perkuat Infrastruktur Digitalisasi Partai, Anis Matta Resmikan Gelora Media Centre”
<https://www.partaigelora.id/tag/gelora-media-centre/> Diakses pada tanggal 20 Februari Pukul 10.30 WIB