

## **Pemetaan Media Dlam Kegiatan Humas**

Sebagai salah satu komponen public yang penting, keberadaan media harus mendapat perhatian praktisi Humas. Media dengan berbagai ragam dan karakteristiknya, menjadi mitra yang turut mendukung seluruh aktivitas organisasi, termasuk Humas. Peran media sangat strategis dalam menyebarluaskan informasi kepada publik. Lebih dari itu, media pun akan menjadi mitra ideal dalam melakukan kontrol sosial: apakah Humas sebagai fungsi manajemen selalu berada dalam koridor yang tepat atau tidak.

Dalam berbagai diskusi, kerap muncul anggapan yang seakan-akan ingin mempertentangkan perbedaan kepentingan antara journalist yang menjadi professional media dengan Humas. Anggapan ini, sebetulnya tidak berdasar. Kedua belah pihak, baik Humas maupun journalist dari berbagai media memiliki orientasi dan tujuan yang sama-sama mulia, dan keduanya pun, didukung oleh etika profesi, sebagai panduan dalam bertindak.

Sejalan dengan perubahan sosial politik di Indonesia, berbagai ragam dan bentuk media pun bermunculan. Pada era reformasi ini, media massa nampaknya menikmati suasana yang semakin bebas yang jauh lebih baik dibandingkan dengan kondisi yang terjadi pada masa lampau. Dewasa ini, kehidupan media semakin kondusif sejalan dengan penerapan berbagai perangkat undang-undang atau peraturan, misalnya: UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers. Undang-undang ini telah mendorong semakin luasnya media massa untuk menjalankan fungsi komunikasi serta fungsi ekonomi di tengah masyarakat yang membutuhkan peran media. Begitupun dalam bidang penyiaran pun, hadirnya UU no 32 tahun 2002 tentang penyiaran telah memungkinkan media televisi berkembang semakin pesat. Di luar media konvensional, dewasa ini perkembangan

media sosial pun semakin pesat. Sebagai misal, media online, dalam berbagai hal memiliki keunikan yang mungkin agak berbeda dengan media konvensional lainnya. Begitupun berbagai media sosial lain, seperti twitter, facebook dan sebagainya, kini tumbuh semakin pesat. Dengan demikian pertumbuhan media yang makin pesat telah memungkinkan seluruh praktisi Humas memiliki ruang untuk menyampaikan informasi kepada publik.

Sesungguhnya, dari perspektif komunikasi, tumbuh dan berkembangnya berbagai media merupakan indikator bahwa bahwa kita hidup sebagai bangsa yang kian demokratis. Kita memiliki berbagai sarana komunikasi untuk mengekspresikan pikiran dan pendapat kita.

Tapi pada sisi lain, media massa yang semakin bebas dan leluasa akan membawa tantangan tersendiri bagi para praktisi Humas. Banyak persoalan muncul seiring perkembangan berbagai media massa. Misalkan, persoalan yang berkaitan dengan pemberitaan media yang mungkin tidak akurat, belum lagi persoalan lain seperti kredibilitas media.

Dalam konteks ini, maka diperlukan adanya pemetaan terhadap media. Kegiatan pemetaan media dilakukan untuk membantu para praktisi Humas mengetahui gambaran atau informasi mengenai karakteristik, jenis, serta kebijakan pemberitaan dari setiap media sehingga pada akhirnya, praktisi Humas bisa menentukan, bagaimana seharusnya berhubungan dan berkomunikasi dengan media. Menyusun, mengklasifikasi serta membuat dokumentasi menyangkut profil media massa secara baik, akan sangat membantu para praktisi Humas dalam merancang komunikasi dengan media. Sebagai misal, media massa cetak yang kini tumbuh dengan sangat pesat, tentu memiliki segmentasi khalayak yang berbeda berdasarkan geografis, status sosial ekonomi serta pendidikan. Namun upaya-upaya untuk melakukan pemetaan media

sangat bergantung pula pada sejauh praktisi Humas memiliki bekal berkaitan dengan riset dalam bidang media, baik riset kuantitatif maupun secara kualitatif.

Prita Kemal Gani,MBA.,MCIPR.,AIPR

Ketua Umum BPP PERHUMAS