

ABSTRAK

Penelitian berjudul “Media Relations Humas Pemprov Jatim Untuk Membangun Citra Gubernur Baru ini” berupaya untuk mengetahui bagaimana implementasi *Public Relations* khususnya *media relations* yang dilakukan oleh Biro Humas Pemerintah Propinsi Jawa Timur (Pemprov) dalam rangka membangun citra gubernur Soekarwo. Dengan kekuatan dan kemampuan yang dimiliki media massa, maka peran media massa tidak bisa diabaikan dalam kegiatan dan program *public relations* khususnya dalam membangun citra positif.

Citra positif seorang gubernur akan membawa dampak positif pada pembangunan. Melalui citra yang positif, seorang gubernur akan dipercaya oleh masyarakat dan kegiatan pembangunan akan didukung oleh masyarakat. Dengan demikian akan tercipta kehidupan yang lebih baik. Tugas untuk membangun citra yang positif merupakan salah satu fungsi humas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui *indepth interview* kepada Kepala Bagian Media dan Dokumentasi Biro Humas Pemerintah Propinsi Jawa Timur. Selain itu dokumen-dokumen tertulis juga dipergunakan sebagai data acuan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Biro Humas Pemprov Jatim dalam membangun citra gubernur baru hanya melalui media relations saja karena pihak humas menganggap bahwa media massa merupakan satu-satunya cara untuk dapat berhubungan dengan masyarakat. Karena humas tidak mungkin dapat bertemu langsung dengan masyarakat untuk menyampaikan informasi, mensosialisasikan program, dan sebagainya. Terdapat beberapa kendala dalam usaha humas membangun citra gubernur baru melalui media massa. Salah satunya yakni peran media massa yang masih sangat kurang mendukung. Media massa jarang memuat pemberitaan positif mengenai gubernur. Hal ini dikarenakan paradigma media massa yang menganggap bahwa ‘*bad news is a good news*’. Menurut pihak Pemprov Jatim media massa dewasa ini menganut prinsip tersebut sehingga media massa lebih tertarik untuk meliput dan memuat pemberitaan negatif tentang pemerintah. Padahal paradigma seperti itu sudah sejak lama berlaku bagi kalangan insan pers. Yang membedakan, di masa orde baru, pemberitaan mengenai pemerintah mau tidak mau dimuat di media massa karena akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan hidup media massa tersebut apabila tidak memuat *release* yang disampaikan oleh pemerintah. Minimnya dana yang tersedia untuk membeli kolom di media massa juga menjadi kendala.

Kata Kunci : Citra Positif, *Media Relations*