

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pemerintah Kabupaten Tuban dan Wartawan

4.1.1 Profil Kabupaten Tuban

Kabupaten Tuban adalah salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang berada di wilayah paling barat dengan luas wilayah 183.994,561 Ha. Secara geografis Kabupaten Tuban terletak pada koordinat 111°30'-112°35'BT dan 6°40'-7°18'LS. Panjang wilayah pantai di Kabupaten Tuban adalah 65 km dari arah timur di Kecamatan Palang sampai arah barat di Kecamatan Bancar, dengan luas wilayah lautan meliputi 22.608 km². Secara administrasi Kabupaten Tuban terbagi menjadi 20 kecamatan dan 328 desa/kelurahan. Sedangkan batas-batas wilayah Kabupaten Tuban adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Laut Jawa

Sebelah Timur : Kabupaten Lamongan

Sebelah Selatan : Kabupaten Bojonegoro

Sebelah Barat : Kabupaten Blora dan Kabupaten Rembang

Provinsi Jawa Tengah

Penduduk yang berada di wilayah Kabupaten Tuban berjumlah sekitar satu juta jiwa. Berdasarkan hasil sensus penduduk yang dilaksanakan setiap sepuluh tahun sekali diketahui bahwa laju penduduk di Kabupaten Tuban mengalami penurunan pada setiap dekadanya (BPS, 2012).



4.1.2 Lambang Daerah Kabupaten Tuban



Gambar 4.1 Lambang Daerah Kabupaten Tuban

Sumber: <http://tubankab.go.id/>

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Tuban Nomor: 2/Prt/DPRD-GR/69 tanggal 16 Agustus 1969 Pasal 1, lambang daerah Kabupaten Tuban terbagi atas delapan bagian, antara lain:

1. Perisai berdiri tegak yang bersudut lima.
2. Kuda hitam yang berdiri ditengah-tengah gapura putih.
3. Gapura putih.
4. Bintang kuning emas bersudut lima diatas gapura putih.
5. Batu hitam berbentuk umpak yang menjadi tumpuan kuda hitam; dan pancaran air berwarna biru muda.
6. Pegunungan berwarna hijau daun jati dan bijinya untaian kacang tanah.
7. Perahu emas dan laut biru.

8. Kata "Tuban" ditulis diatas pita antara pangkal daun jati dan untaian kacang tanah.

4.1.3 Visi dan Misi Pemerintah Kabupaten Tuban

Adapun visi dan misi Pemerintah Kabupaten Tuban Jawa Timur antara lain:

Visi:

“Terwujudnya masyarakat Tuban yang lebih maju, religius, sejahtera, dan bermartabat dalam tata pemerintahan yang kreatif dan bersih”.

Misi:

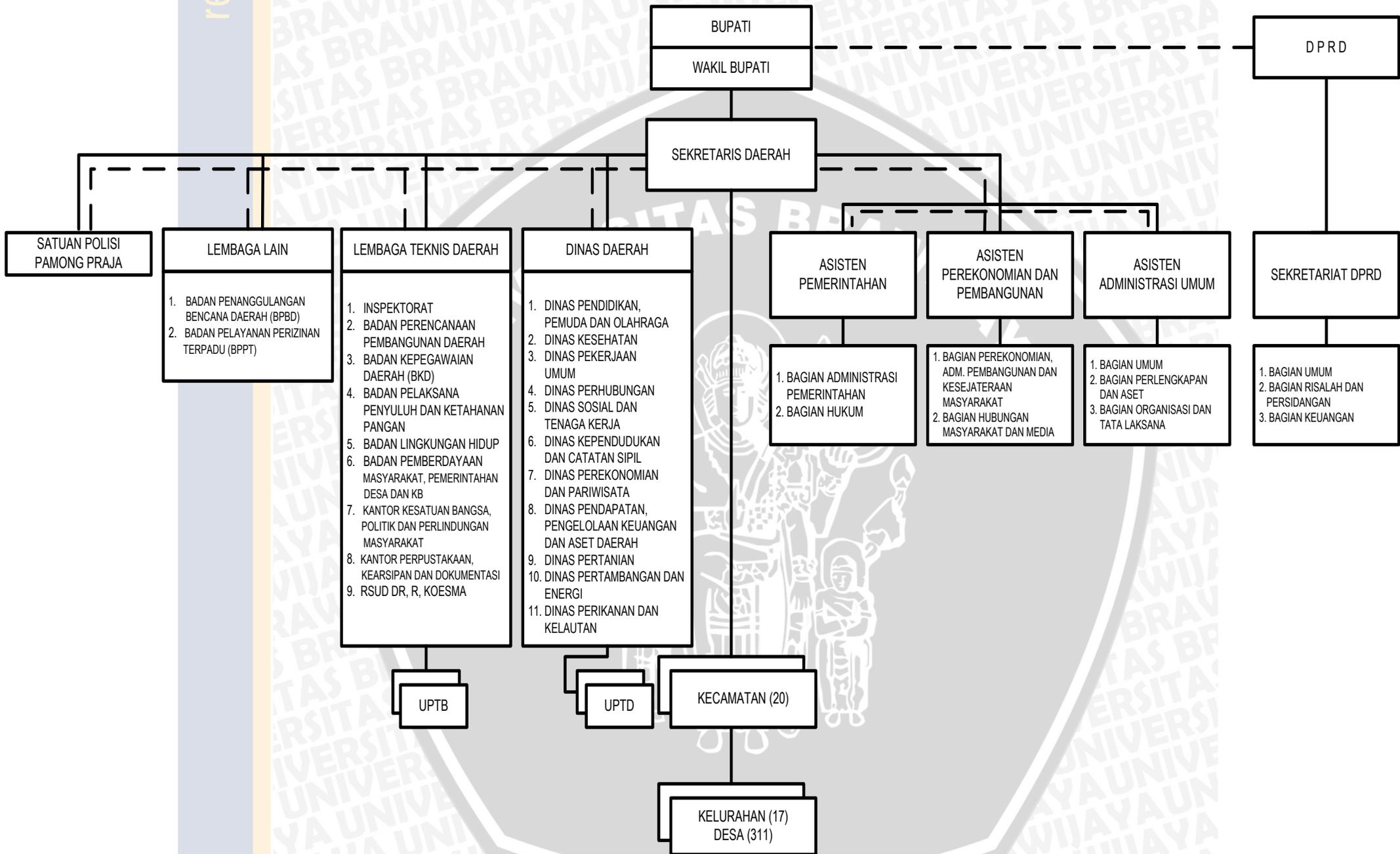
1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara berkeadilan.
2. Meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dan kualitas kesejahteraan sosial.
3. Peningkatan ekonomi kerakyatan yang berdaya saing global berbasis pertanian, perdagangan, industri, pariwisata serta jasa secara berkelanjutan.
4. Meningkatkan pengamalan nilai-nilai keagamaan dalam semua aspek kehidupan.
5. Meningkatkan pendapatan masyarakat melalui perluasan kesempatan kerja dan berusaha serta menumbuhkan wirausaha baru.
6. Pemanfaatan sumber daya alam yang berdaya guna, optimalisasi pengendalian dan pelestarian lingkungan hidup serta konsistensi perencanaan tata ruang yang berkelanjutan.
7. Meningkatkan kemandirian generasi muda perempuan dan kesetaraan gender serta perlindungan anak.

8. Revitalisasi proses desentralisasi dan otonomi daerah melalui reformasi birokrasi dan penguatan otonomi desa demi terciptanya tata pemerintahan yang bersih, inovatif, kreatif dan efisien berbasis pelayanan publik.
9. Meningkatkan kualitas demokrasi yang bermartabat dan bermoral sebagai bentuk perwujudan Hak Azasi Manusia (HAM).

4.1.4 Struktur Organisasi Pemerintah Kabupaten Tuban

Adapun struktur organisasi dalam tata pemerintahan Kabupaten Tuban adalah sebagai berikut:





Bagan 4.1 Struktur Organisasi Pemerintah Kabupaten Tuban

Sumber: <http://tubankab.go.id/>

4.1.5 Gambaran Umum Bagian Hubungan Masyarakat dan Media

Bagian Hubungan Masyarakat dan Media di Pemerintah Kabupaten Tuban berada di bawah naungan asisten perekonomian dan pembangunan. Hubungan masyarakat (humas) merupakan jabatan fungsional yang keberadaannya diatur dalam Keppres nomor 87 tahun 1999, “jabatan fungsional adalah kedudukan yang menunjukkan tugas, tanggungjawab, wewenang dan hak Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam satuan tugas organisasi yang dalam melaksanakan tugasnya didasarkan pada keahlian atau keterampilan tertentu serta mandiri”. Humas sebagai salah satu jabatan fungsional PNS yang diberi tugas, tanggung jawab, wewenang dan hak secara penuh oleh pejabat yang berwenang untuk melakukan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan, baik informasi berskala nasional maupun daerah atau lokal.

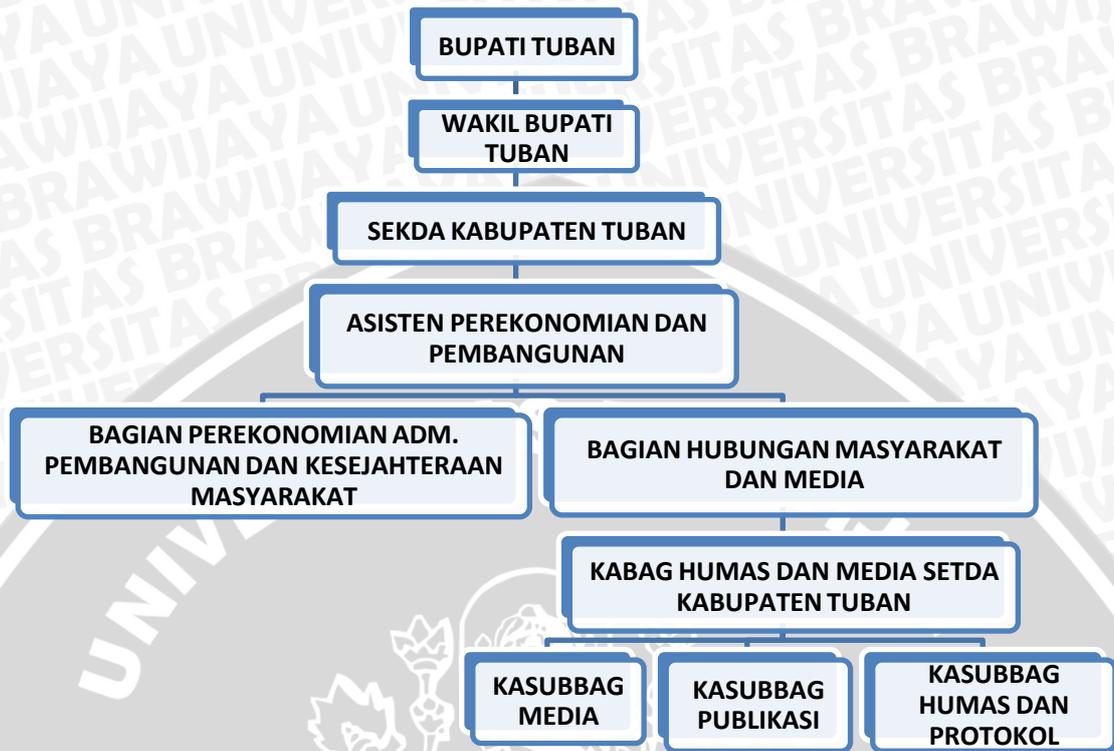
Humas Pemerintahan secara eksplisit diatur dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2014 tentang Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat pasal 1 ayat 3 dan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah, humas pemerintah memiliki beberapa fungsi yaitu mengatur informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya serta menjadi penghubung lembaga dengan pemangku kepentingan.

Sedangkan tugas pokok humas adalah melakukan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan yang meliputi perencanaan pelayanan informasi dan

kehumasan, pelayanan informasi, pelaksanaan hubungan kelembagaan, dan pelaksanaan hubungan personil serta pengembangan pelayanan informasi dan kehumasan. Terdapat empat jenis pelayanan dasar yang harus dilakukan oleh humas, yaitu:

1. Fungsi nasehat, humas berhak memberikan nasehat kepada pimpinan lembaga maupun kepada bagian lain, berkaitan dengan operasionalisasi ketika sebuah masalah terjadi.
2. Fungsi pelayanan komunikasi, humas mengkomunikasikan informasi mengenai lembaga dan segala kegiatannya kepada berbagai publik yang berkepentingan melalui media yang tepat. Ini merupakan kegiatan yang berupaya membuat publik tahu dengan berbagai cara yang pantas.
3. Fungsi pengkajian, humas berhak melakukan penelaahan opini publik yang berpengaruh kepada lembaga. Termasuk tekanan-tekanan yang bersifat sosio politik maupun undang-undang dan peraturan pemerintah yang berkaitan dan berpengaruh kepada lembaga pemerintah.
4. Fungsi promosi, humas berhak mempromosikan kegiatan pemerintah.

Berdasarkan fungsi dan tugas pokok tersebut, adapun susunan struktur organisasi Bagian Humas dan Media Pemerintah Kabupaten Tuban sebagai berikut:



Bagan 4.2 Struktur Organisasi Bagian Humas dan Media Pemerintah Kabupaten Tuban

Sumber: Bagian Humas dan Media Pemerintah Kabupaten Tuban, 2016

4.1.5.1 *Media Relations* di Pemerintah Kabupaten Tuban

Media relations di Pemerintah Kabupaten Tuban dilaksanakan oleh bagian humas dan media. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bagian Humas dan Media Pemerintah Kabupaten Tuban (2016), hubungan media (*media relations*) merupakan upaya untuk mencapai publisitas yang maksimum atas pesan atau informasi humas dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman yang positif bagi khalayak. Praktisi Humas Pemerintah Kabupaten Tuban dalam menjalin hubungan dengan media menggunakan prinsip sebagai berikut:

1. Memahami dan melayani media, mampu menjalin kerja sama dengan media, dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan.
2. Membangun citra dan reputasi yang baik.
3. Menyediakan informasi yang baik, akurat, tepat, dan jelas, antara lain salinan naskah pidato atau sambutan pejabat, dokumen kebijakan, dan reproduksi foto-foto.
4. Mendokumentasikan serta mengaspirasikan data dan informasi humas pemerintah.
5. Bekerjasama mempersiapkan wawancara atau tamu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.
6. Memberi kesempatan kepada wartawan untuk membuktikan kebenaran.
7. Membangun hubungan personal yang kokoh dan positif.
8. Membangun dan memelihara keterbukaan, kejujuran, kerja sama, dan sikap saling menghormati.

Adapun langkah-langkah pelaksanaan *media relations* di Humas Pemerintah Kabupaten Tuban antara lain:

1. Analisis situasi, dilakukan dengan cara melihat berbagai permasalahan aktual sesuai dengan situasi dan kondisi.
2. Pembuatan perencanaan, terdapat strategi untuk membina hubungan antara humas pemerintah dan media.
3. Pembuatan program, menentukan rencana kegiatan jangka pendek, menengah, dan panjang serta rencana kegiatan rutin, insidental, dan darurat dalam situasi krisis.

4. Pelaksanaan komunikasi, dilakukan dengan cara berkomunikasi dengan media sesuai perencanaan dan program yang sudah ditetapkan.
5. Pemantauan (*monitoring*), dilakukan secara terstruktur dari setiap tahap pelaksanaan.
6. Evaluasi, dilakukan untuk mengukur keberhasilan kegiatan, melihat manfaat kegiatan, melihat kekurangan atau kelebihan, dan mencermati kegiatan program yang menyimpang atau tidak sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

4.1.6 Gambaran Umum Wartawan Kabupaten Tuban

Wartawan atau jurnalis adalah orang yang melakukan peliputan dan bertugas melakukan kegiatan yang berhubungan dengan mengumpulkan, memverifikasi, melaporkan, dan menganalisis informasi yang dikumpulkan berkenaan dengan peristiwa aktual termasuk isu (Nurudin, 2009). Wartawan di Kabupaten Tuban saat ini tergabung dalam beberapa organisasi. Saat ini terdapat tiga organisasi kewartawanan yang berkembang di Kabupaten Tuban, diantaranya Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Aliansi Jurnalis Independen (AJI), dan Ronggolawe Press Solidarity (RPS). Berikut adalah profil singkat dari organisasi kewartawanan yang berkembang di Kabupaten Tuban:

1. Persatuan Wartawan Indonesia (PWI)

Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) adalah organisasi wartawan pertama di Indonesia. Sebagai organisasi profesi, PWI didirikan pada 9 Februari 1946 di Solo. Munculnya PWI diwarnai aspirasi perjuangan para pejuang kemerdekaan, baik mereka yang ada di era 1908, 1928 maupun klimaksnya 1945,

1946. Sebagai organisasi profesi, PWI menjadi wahana perjuangan bersama para wartawan.

PWI memiliki visi paling tidak harus memiliki kemampuan untuk melihat suatu hal langsung pada inti permasalahan dengan sudut pandang yang jelas dan tepat serta bertujuan memberikan wawasan kepada khalayaknya. Bagi wartawan Indonesia (anggota PWI), misi telah termaktub secara jelas dalam Peraturan Dasar PWI pada bagian Pendahuluan yang mencatat: “Bahwa sesungguhnya adalah kenyataan sejarah, perjuangan wartawan Indonesia sejak zaman penjajahan Belanda hingga sekarang, tak dapat dipisahkan dari perjuangan Rakyat Indonesia untuk mencapai kemerdekaan dalam wadah negara kesatuan, yang berkeadilan dan berkemakmuran serta diridhoi oleh Tuhan Yang Maha Esa”.

2. Aliansi Jurnalis Independen (AJI)

AJI Indonesia didirikan oleh 58 jurnalis dan kolumnis melalui Deklarasi Sirnagalih pada 7 Agustus 1994 di Megamendung, Bogor, untuk jangka waktu yang tidak ditentukan. Organisasi AJI berdasarkan kebebasan, demokrasi, kesetaraan, dan keberagaman, serta berpedoman pada semangat Deklarasi Sirnagalih 7 Agustus 1994. Adapun visi dari AJI adalah “terwujudnya pers bebas, profesional, dan sejahtera yang menjunjung tinggi demokrasi. Sedangkan misi dari AJI antara lain memperjuangkan kebebasan pers dan hak publik untuk mendapatkan informasi; meningkatkan profesionalisme jurnalis; memperjuangkan kesejahteraan pekerja media; mengembangkan demokrasi dan keberagaman; memperjuangkan isu perempuan dan minoritas melalui media; memperjuangkan

hak jurnalis dan pekerja pers perempuan; terlibat dalam pemberantasan korupsi, ketidakadilan, dan kemiskinan.

3. Ronggolawe Press Solidarity (RPS)

Ronggolawe Press Solidarity dan selanjutnya disingkat RPS merupakan organisasi perkumpulan pekerja pers atau jurnalis (wartawan) yang bertugas di Kabupaten Tuban. RPS didirikan pada Tanggal 1 Januari Tahun 2007 dan merupakan satu-satunya perkumpulan atau organisasi wartawan yang eksis hingga saat ini di Kabupaten Tuban. RPS tercatat dalam lembar Negara atau berbadan hukum pada pejabat pembuat akte notaris atas nama Ahmad Hilmi Zuhri, SH (Jl. KH. Mustain, Kutorejo Gg.II/256 Tuban) dengan nomor; 51,- tahun 2010.

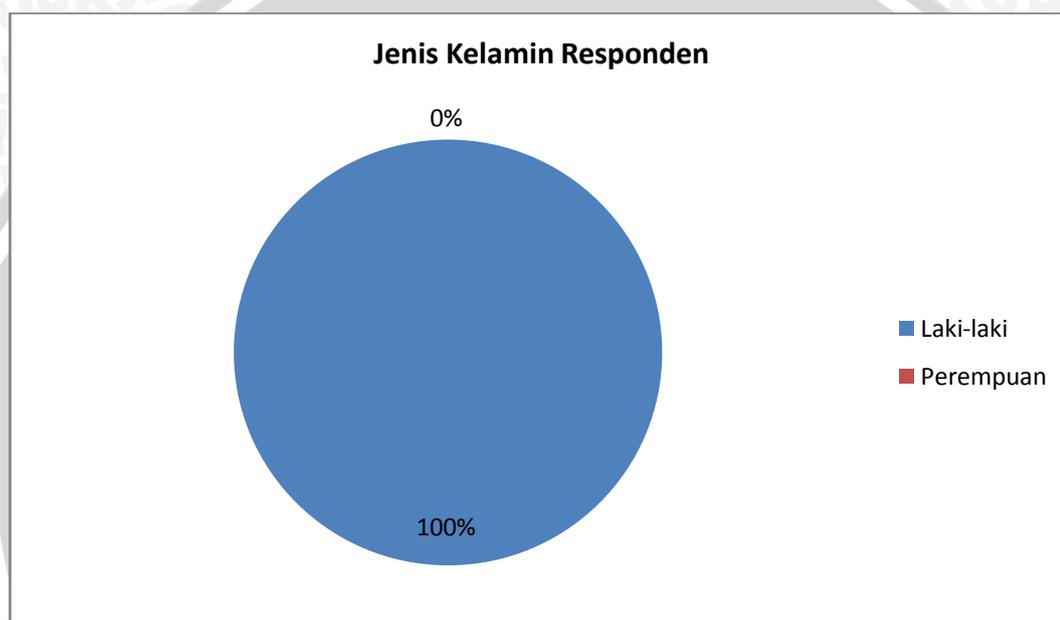
RPS bersifat independen, sebagaimana sifat dan sikap pers itu sendiri. Misi didirikan RPS adalah menggalang persatuan dan mempererat jaringan kerja antar semua elemen pembangunan di Kabupaten Tuban, demi terwujudnya masyarakat Tuban yang adil, makmur dan demokratis. Sedangkan tujuannya adalah meningkatkan peran dan fungsi pers sebagai kontrol sosial, agen perubahan, meningkatkan profesionalisme insan pers, memupuk rasa nasionalisme dan semangat membangun dengan turut mendukung upaya-upaya pencerdasan kehidupan masyarakat.

4.2 Demografi Responden

Demografi responden digunakan untuk mendapatkan kesesuaian antara identitas responden dengan sampel penelitian. Responden penelitian ini terdiri dari wartawan yang bertugas di Pemerintah Kabupaten Tuban. Responden dalam

penelitian ini berjumlah 31 orang sesuai data yang diperoleh dari Bagian Humas dan Media Pemerintah Kabupaten Tuban yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia dan instansi (media).

4.2.1 Jenis Kelamin

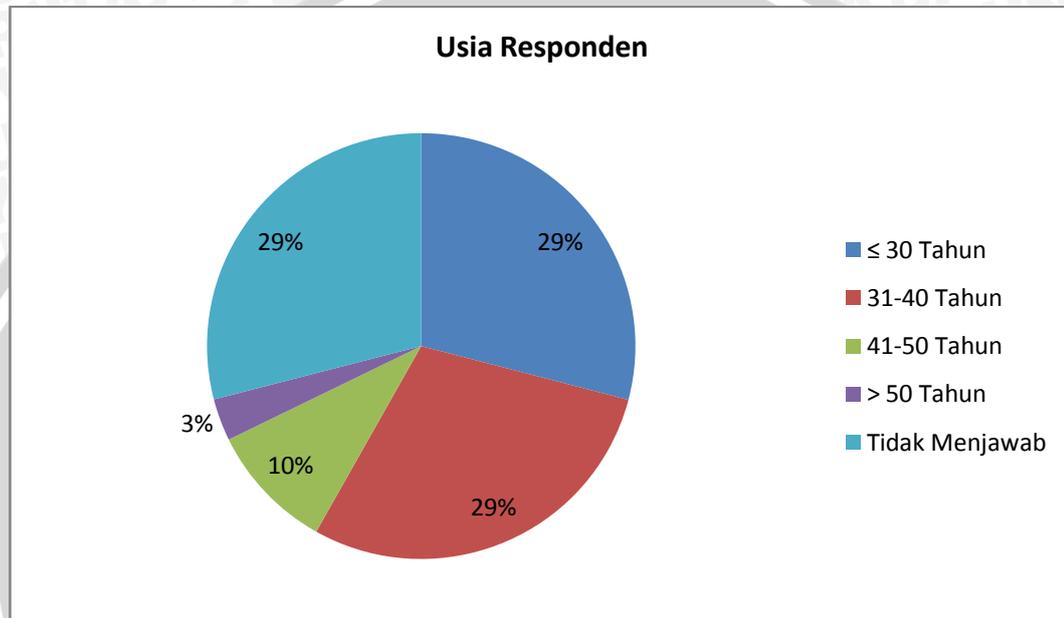


Gambar 4.2 Diagram Prosentase Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan gambar di atas, sebagian besar wartawan yang bertugas di Pemerintah Kabupaten Tuban yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini adalah laki-laki berjumlah 31 orang dengan prosentase 100% sedangkan prosentase jenis kelamin perempuan yaitu 0%. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini menunjukkan bahwa wartawan yang bertugas di Pemerintah Kabupaten Tuban lebih dominan laki-laki.

4.2.2 Usia

Usia wartawan yang menjadi responden adalah ≤ 30 tahun hingga >50 tahun. Prosentase jumlah responden berdasarkan usia dijelaskan dalam diagram berikut:

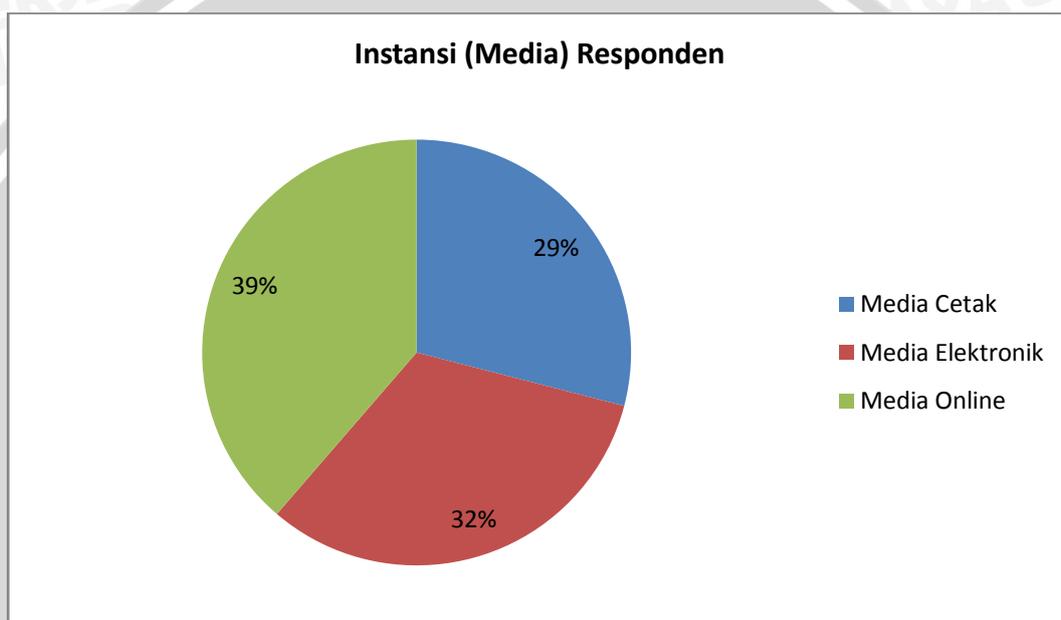


Gambar 4.3 Diagram Prosentase Usia Responden

Berdasarkan diagram di atas bahwa sebagian besar responden terdapat pada rentang usia ≤ 30 tahun dan 31-40 tahun sebesar 29%. Kemudian sebesar 10% responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini berusia 41-50 tahun, selanjutnya hanya sebesar 3% responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini berusia lebih dari 50 tahun. Sedangkan 29% lainnya responden tidak menjawab identitasnya.

4.2.3 Instansi (Media)

Penelitian ini tidak menentukan jenis media dalam menentukan responden, sehingga dari hasil penyebaran kuesioner terdapat tiga macam jenis media yang berkembang di Kabupaten Tuban. Berikut pengelompokan identitas responden berdasarkan jenis media tempat wartawan bekerja.



Gambar 4.4 Diagram Prosentase Instansi (Media) Responden

Profil responden selanjutnya adalah jenis instansi (media) tempat responden bekerja. Sebagian besar responden pada penelitian ini adalah wartawan yang bekerja di media online. Kelompok media online terdiri dari wartawan yang bekerja bagi media cetak lokal maupun nasional. Hal tersebut sama halnya dengan media cetak dan media elektronik. Berikut data media tempat responden bekerja dalam penelitian ini:

Tabel 4.1 Instansi (Media) Responden

Media Cetak	Media Elektronik	Media Online
Harian Bangsa	ANTV	Berita Jatim
Harian Bhirawa	TV ONE	Delik News
Harian Duta	B ONE TV	Kabar Tuban
Jawa Pos (Radar Tuban)	JTV	Kota Tuban
Memorandum	Metro TV	Seputar Tuban
Mingguan Bisnis Surabaya	MNC	Suara Banyuurip
	NET TV	Wacana Tuban
	Radio Pradiyaswara	
	Surabaya TV	
	Trans	
	TVRI	

Sumber: Bagian Humas dan Media Pemerintah Kabupaten Tuban, 2015

4.3 Deskriptif Variabel

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini terbagi dalam dua bagian yaitu analisis variabel *media relations* berdasarkan dimensi dari faktor penulisan materi publisitas (Kriyantono, 2012) dan faktor kualitas hubungan media (Kriyantono, 2012) dan variabel kepuasan wartawan berdasarkan konsep *Sev-Qual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985). Hal ini dikarenakan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden dari hasil kuesioner yang telah disebar berdasarkan indikator variabel. Adapun variabel *media relations* terdiri dari 14 indikator. Sedangkan untuk indikator kepuasan wartawan terdiri dari tujuh indikator.

Analisis ini bersifat memberikan makna secara deskriptif dan kecenderungan yang muncul mengenai variabel penelitian sesuai dengan hasil dari data di lapangan tanpa menarik suatu kesimpulan berarti. Dasar interpretasi skor tanggapan responden pada setiap variabel penelitian adalah nilai rata-rata dan

distribusi frekuensi jawaban atas setiap butir pertanyaan. Pengukuran setiap item dari masing-masing variabel menggunakan skala Likert dengan skor 1 hingga 5.

4.3.1 Variabel *Media Relations*

Variabel *media relations* terdapat 25 pertanyaan. Item pertanyaan dalam kuesioner dimulai dari nomor 1 hingga 25. Hasil analisis data dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

1. Indikator *Localness/Proximity*

Indikator *localness/proximity* terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 1. Indikator *localness/proximity* yang dimaksudkan adalah bagaimana Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sebagai pembuat berita dapat menentukan minat pembaca terhadap wartawan sebagai penerima informasi. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2 Berita yang Diberikan Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Merupakan Informasi yang Dibutuhkan oleh Publik Berdasarkan Jumlah, Susunan dan Perkembangan Penduduk

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	7	22,58
2.	4	18	58,06
3.	3	3	9,68
4.	2	3	9,68
5.	1	0	0,00
	Jumlah	31	100
	Mean	3,9	

Sumber: Kuesioner no.1

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa dalam hal *localness/proximity* yang dioperasionalkan menjadi pernyataan 'Berita yang diberikan Humas Pemerintah Kabupaten Tuban merupakan informasi yang dibutuhkan oleh publik berdasarkan jumlah, susunan dan perkembangan penduduk' dapat diketahui bahwa 18 dari 31 orang responden menunjukkan

tanggapan yang positif. Rata-rata responden setuju (58,06%) terhadap pernyataan tersebut, sehingga secara garis besar responden yang notabene wartawan merasa bahwa *localness/proximity* merupakan faktor penting dalam menentukan minat pembaca.

2. Indikator *Timeliness*

Indikator *timeliness* terdapat tiga pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 2 sampai dengan nomor 4. Indikator *timeliness* yang dimaksudkan adalah pengetahuan mengenai frekuensi penerbitan dari suatu media. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi secara Cepat

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	5	16,13
2.	4	14	45,16
3.	3	1	3,23
4.	2	9	29,03
5.	1	2	6,45
	Jumlah	31	100
	Mean	3,4	

Sumber: Kuesioner no.2

Tabel 4.4 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memahami Frekuensi Penerbitan Media

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	6	19,35
2.	4	12	38,71
3.	3	5	16,13
4.	2	7	22,58
5.	1	1	3,23
	Jumlah	31	100
	Mean	3,5	

Sumber: Kuesioner no.3

Tabel 4.5 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi Tepat Waktu sesuai dengan Kebutuhan Media

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	3	9,68
2.	4	3	9,68
3.	3	4	12,90
4.	2	15	48,39
5.	1	6	19,35
	Jumlah	31	100
	Mean	2,4	

Sumber: Kuesioner no.4

Berdasarkan dari ketiga tabel di atas mengenai tingkat *timeliness* yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi secara cepat’ pada tabel 4.2 sebagian besar setuju (45,16%) dan pada tabel 4.4 dalam pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memahami frekuensi penerbitan media’ sejumlah 12 dari 31 orang responden menyatakan setuju (38,71%). Namun pada tabel 4.5 yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi tepat waktu sesuai dengan kebutuhan media’ rata-rata responden cenderung memberikan jawaban tidak setuju (48,39%).

3. Indikator *Immediacy*

Indikator *immediacy* terdapat dua pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 5 sampai dengan nomor 6. Indikator *immediacy* yang dimaksudkan adalah informasi memiliki nilai jika baru dan aktual yang penting bagi wartawan.

Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi Tepat Waktu sesuai dengan Kebutuhan Media

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	5	16,13
2.	4	10	32,26
3.	3	5	16,13
4.	2	9	29,03
5.	1	2	6,45
	Jumlah	31	100
	Mean	3,2	

Sumber: Kuesioner no.5

Tabel 4.7 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi yang Aktual

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	2	6,45
2.	4	6	19,35
3.	3	8	25,81
4.	2	12	38,71
5.	1	3	9,68
	Jumlah	31	100
	Mean	2,7	

Sumber: Kuesioner no.6

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pernyataan yang dioperasionalkan menjadi 'Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi yang baru' pada tabel 4.6 sebagian besar responden memiliki kesan yang baik terhadap Humas Pemerintah Kabupaten Tuban dengan rata-rata menyatakan setuju (32,26%). Pada tabel 4.7 dengan pernyataan 'Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi yang aktual' sebagian besar responden sejumlah 12 dari 31 orang responden cenderung menanggapi negatif dengan jawaban tidak setuju (38,71%).

4. Indikator *Prominence*

Indikator *prominence* terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 7. Indikator *prominence* yang dimaksudkan adalah suatu peristiwa akan diberitakan jika mengandung unsur ketenaran. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi yang Mengandung Unsur Ketenaran (Tokoh, Peristiwa Penting, Obyek, Tempat)

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	7	22,58
2.	4	10	32,26
3.	3	6	19,35
4.	2	6	19,35
5.	1	2	6,45
	Jumlah	31	100
	Mean	3,5	

Sumber: Kuesioner no.7

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, menunjukkan sebagian besar responden setuju (32,26%) mengenai tingkat *prominence* yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi yang mengandung peristiwa penting’. Hal ini dikarenakan peristiwa yang diberitakan mengandung unsur ketenaran yang berkaitan dengan tokoh, peristiwa penting, obyek, dan tempat.

5. Indikator *Cultural Proximity*

Indikator *cultural proximity* terdapat dua pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 8 dan nomor 9. Indikator *cultural proximity* yang dimaksudkan adalah pemahaman mengenai bagaimana wilayah edar media massa dan sistem distribusi. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memahami Wilayah Sebar Media

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	3	9,68
2.	4	14	45,16
3.	3	6	19,35
4.	2	4	12,90
5.	1	4	12,90
	Jumlah	31	100
	Mean	3,3	

Sumber: Kuesioner no.8

Tabel 4.10 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memahami Segmentasi Khalayak Media

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	4	12,90
2.	4	11	35,48
3.	3	5	16,13
4.	2	7	22,58
5.	1	4	12,90
	Jumlah	31	100
	Mean	3,1	

Sumber: Kuesioner no.9

Berdasarkan kedua tabel di atas mengenai tingkat *cultural proximity* yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memahami wilayah sebar media’ pada tabel 4.9 sebagian besar responden menyatakan setuju (45,16%) dan sejumlah 11 dari 31 orang responden setuju (35,48%) dengan pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memahami segmentasi khalayak media’ pada tabel 4.10, sehingga secara garis besar kedekatan budaya dan geografi akan cenderung mempengaruhi alur dari berita itu sendiri.

6. Indikator *Human Interest*

Indikator *human interest* terdapat dua pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 10 sampai dengan nomor 11. Indikator *human interest* yang

dimaksudkan adalah tingkat daya tarik perhatian responden sehingga membuat bersimpati dan berempati. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi yang Menarik Perhatian Orang atau Membuat Orang Bersimpati

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	5	16,13
2.	4	3	9,68
3.	3	3	9,68
4.	2	16	51,61
5.	1	4	12,90
	Jumlah	31	100
	Mean	2,6	

Sumber: Kuesioner no.10

Tabel 4.12 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi yang Menarik Perhatian Orang atau Membuat Orang Berempati

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	3	9,68
2.	4	7	22,58
3.	3	3	9,68
4.	2	15	48,39
5.	1	3	9,68
	Jumlah	31	100
	Mean	2,7	

Sumber: Kuesioner no.11

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa tingkat ketertarikan perasaan responden memiliki kesan yang cenderung negatif. Sejumlah 16 dari 31 orang responden menyatakan tidak setuju (51,61%) atas kuesioner yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi yang menarik perhatian orang atau membuat orang bersimpati’ pada tabel 4.11. Sedangkan pada tabel 4.12 dengan pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi yang menarik perhatian orang atau membuat orang berempati’ sebagian besar responden menjawab tidak setuju (48,39%).

7. Indikator *Unexpectedness*

Indikator *unexpectedness* terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 12. Indikator *unexpectedness* yang dimaksudkan adalah berita yang disampaikan memiliki unsur keanehan, unik dan belum dijelajahi. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi yang Berbeda seperti Unik

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	6	19,35
2.	4	10	32,26
3.	3	4	12,90
4.	2	7	22,58
5.	1	4	12,90
	Jumlah	31	100
	Mean	3,2	

Sumber: Kuesioner no.12

Berdasarkan tabel 4.13 yang dioperasionalkan menjadi pernyataan 'Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi yang berbeda' menunjukkan bahwa rata-rata responden menyatakan setuju (32,26%). Hal ini menyatakan sebagian besar responden memandang Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah menyampaikan berita yang mengandung unsur keanehan, keunikan dan belum dijelajahi.

8. Indikator *Significance*

Indikator *significance* terdapat dua pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 13 dan nomor 14. Indikator *significance* yang dimaksudkan adalah berita yang disampaikan merupakan sesuatu yang penting untuk diketahui. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi yang Penting seperti untuk Mendidik

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	6	19,35
2.	4	14	45,16
3.	3	3	9,68
4.	2	6	19,35
5.	1	2	6,45
	Jumlah	31	100
	Mean	3,5	

Sumber: Kuesioner no.13

Tabel 4.15 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memberikan Informasi yang Memiliki Nilai Moral dan Sosial

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	6	19,35
2.	4	15	48,39
3.	3	3	9,68
4.	2	6	19,35
5.	1	1	3,23
	Jumlah	31	100
	Mean	3,6	

Sumber: Kuesioner no.14

Berdasarkan kedua tabel di atas, sebagian besar responden menanggapi positif terhadap tingkat *significance* yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi yang penting seperti untuk mendidik’ pada tabel 4.14 bahwa 14 dari 31 orang responden menyatakan setuju (45,16%) dan sejumlah 15 orang responden setuju (48,39%) pada tabel 4.15 yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan informasi yang memiliki nilai moral dan sosial’.

9. Indikator Memahami dan Melayani Media

Indikator memahami dan melayani media terdapat tiga pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 15 sampai dengan nomor 17. Indikator memahami dan melayani media yang dimaksudkan adalah pemahaman dan pelayanan yang

baik bagi para wartawan serta menciptakan hubungan yang timbal balik. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Memahami Perbedaan Jenis Media

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	4	12,90
2.	4	18	58,06
3.	3	5	16,13
4.	2	2	6,45
5.	1	2	6,45
	Jumlah	31	100
	Mean	3,6	

Sumber: Kuesioner no.15

Tabel 4.17 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Memahami Sikap Kritis Wartawan

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	6	19,35
2.	4	11	35,48
3.	3	8	25,81
4.	2	3	9,68
5.	1	3	9,68
	Jumlah	31	100
	Mean	3,5	

Sumber: Kuesioner no.16

Tabel 4.18 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Memahami bahwa Wartawan adalah Profesi yang Tidak Terkait Jam Kerja sehingga Harus Selalu Siap Melayani Setiap Saat

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	4	12,90
2.	4	15	48,39
3.	3	4	12,90
4.	2	5	16,13
5.	1	3	9,68
	Jumlah	31	100
	Mean	3,4	

Sumber: Kuesioner no.17

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa tabel 4.16 yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban

sudah memahami perbedaan jenis media' sejumlah 18 dari 31 orang responden menyatakan setuju (58,06%). Pada tabel 4.17 'Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah memahami sikap kritis wartawan' rata-rata responden menjawab setuju (35,48%). Pada tabel 4.18 yang dioperasionalkan menjadi pernyataan 'Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah memahami bahwa wartawan adalah profesi yang tidak terkait jam kerja sehingga harus selalu siap melayani setiap saat' sebagian besar responden menyatakan setuju (48,39%), sehingga dari ketiga tabel tersebut rata-rata responden memberikan tanggapan positif terhadap Humas Pemerintah Kabupaten Tuban yang sudah memberikan pemahaman dan pelayanan yang baik untuk media massa terutama bagi para wartawan.

10. Indikator Membangun Reputasi sebagai Pihak atau Sumber Informasi yang dapat Dipercaya

Indikator membangun reputasi sebagai pihak atau sumber informasi yang dapat dipercaya terdapat dua pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 18 dan nomor 19. Indikator membangun reputasi sebagai pihak atau sumber informasi yang dapat dipercaya yang dimaksudkan adalah pemberian informasi secara jujur dan akurat. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.19 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban selalu Menyampaikan Informasi dengan Benar dan Tidak Menutupi Fakta

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	5	16,13
2.	4	13	41,94
3.	3	8	25,81
4.	2	3	9,68
5.	1	2	6,45
	Jumlah	31	100
	Mean	3,5	

Sumber: Kuesioner no.18

Tabel 4.20 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Menyediakan Informasi Setiap Saat Diperlukan Wartawan

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	2	6,45
2.	4	13	41,94
3.	3	9	29,03
4.	2	5	16,13
5.	1	2	6,45
	Jumlah	31	100
	Mean	3,3	

Sumber: Kuesioner no.19

Berdasarkan tabel 4.19 dan 4.20 yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban selalu menyampaikan informasi dengan benar dan tidak menutupi fakta’ dan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah menyediakan informasi setiap saat diperlukan wartawan’ dapat dijelaskan sebagian besar responden menyatakan setuju (41,94%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang notabene adalah wartawan memberikan tanggapan yang positif terhadap pemberian informasi yang jujur dan akurat serta disampaikan ke seluruh media yang relevan secepat mungkin.

11. Indikator Menyediakan Salinan yang Baik

Indikator menyediakan salinan yang baik terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 20. Indikator menyediakan salinan yang baik yang dimaksudkan adalah pemberian materi-materi sebagai sumber berita bagi wartawan dengan memberikan bahan pendukung lain dari informasi yang disampaikan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.21 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Memberikan Materi dan Fasilitas Pendukung Berupa Gambar, Foto-Foto dan Tempat yang Diperlukan

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	7	22,58
2.	4	14	45,16
3.	3	2	6,45
4.	2	8	25,81
5.	1	0	0,00
	Jumlah	31	100
	Mean	3,6	

Sumber: Kuesioner no.20

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, dipaparkan bahwa sejumlah 14 dari 31 orang responden menyatakan setuju (45,16%) terhadap jawaban dari kuesioner yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah memberikan materi dan fasilitas pendukung berupa gambar, foto-foto dan tempat yang diperlukan’.

12. Indikator Menyediakan Fasilitas Verifikasi

Indikator menyediakan fasilitas verifikasi terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 21. Indikator menyediakan fasilitas verifikasi yang dimaksudkan adalah memberi kesempatan kepada media untuk pembuktian kebenaran. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.22 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Bersikap Terbuka dan Selalu Siap untuk Menerima Verifikasi Informasi

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	4	12,90
2.	4	11	35,48
3.	3	9	29,03
4.	2	3	9,68
5.	1	4	12,90
	Jumlah	31	100
	Mean	3,3	

Sumber: Kuesioner no.21

Berdasarkan tabel 4.22 mengenai tingkat menyediakan fasilitas verifikasi sebagian besar responden memberikan tanggapan yang positif terhadap pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah bersikap terbuka dan selalu siap untuk menerima verifikasi informasi’. Rata-rata 11 dari 31 orang responden menyatakan setuju (35,48%) bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah melakukan verifikasi (pembuktian kebenaran).

13. Indikator Bekerjasama dalam Penyediaan Materi

Indikator bekerjasama dalam penyediaan materi terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 22. Indikator bekerjasama dalam penyediaan materi yang dimaksudkan adalah dapat bekerjasama dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.23 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sering Melakukan Kerjasama dengan Wartawan dalam Mempersiapkan Sebuah Acara Wawancara atau Tamu Pers dengan Tokoh-Tokoh Tertentu

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	2	6,45
2.	4	5	16,13
3.	3	5	16,13
4.	2	15	48,39
5.	1	4	12,90
	Jumlah	31	100
	Mean	2,5	

Sumber: Kuesioner no.22

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kesan yang kurang baik dalam melakukan kerjasama dalam penyediaan materi. Sejumlah 15 dari 31 orang responden menyatakan tidak setuju (48,39%) terhadap pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sering melakukan kerjasama dengan wartawan dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau tamu pers dengan tokoh-tokoh tertentu’.

14. Indikator Membangun Hubungan Personal yang Kuat

Indikator membangun hubungan personal yang kuat terdapat tiga pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 23 sampai dengan nomor 25. Indikator hubungan personal yang kuat yang dimaksudkan adalah hubungan personal yang kuat akan tercipta apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, dan kerjasama serta saling menghormati profesi masing-masing. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.24 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Memahami Wewenang Media untuk Memuat atau Tidak Informasi yang Diberikannya

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	6	19,35
2.	4	12	38,71
3.	3	8	25,81
4.	2	4	12,90
5.	1	1	3,23
	Jumlah	31	100
	Mean	3,6	

Sumber: Kuesioner no.23

Tabel 4.25 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Bersikap Bijak jika Media Mengangkat Berita yang Tidak Sesuai Harapannya

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	3	9,68
2.	4	13	41,94
3.	3	8	25,81
4.	2	3	9,68
5.	1	4	12,90
	Jumlah	31	100
	Mean	3,3	

Sumber: Kuesioner no.24

Tabel 4.26 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Memahami Tata Aturan Profesi Wartawan

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	4	12,90
2.	4	16	51,61
3.	3	7	22,58
4.	2	3	9,68
5.	1	1	3,23
	Jumlah	31	100
	Mean	3,6	

Sumber: Kuesioner no.25

Berdasarkan ketiga tabel di atas, rata-rata responden memberikan tanggapan yang baik terhadap tingkat hubungan personal yang terjalin antara Humas Pemerintah Kabupaten Tuban dan wartawan. Pada tabel 4.24 yang dioperasionalkan menjadi pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah memahami wewenang media untuk memuat atau tidak informasi yang diberikannya’ sejumlah 12 dari 31 orang responden menyatakan setuju (38,71%). Pada tabel 4.25 ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban bersikap bijak jika media mengangkat berita yang tidak sesuai harapannya’ rata-rata responden menjawab setuju (41,94%). Pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah memahami tata aturan profesi wartawan’ pada tabel 4.26 sejumlah 16 responden menyatakan setuju (51,61%).

4.3.2 Variabel Kepuasan Wartawan

Variabel kepuasan wartawan terdapat 10 pertanyaan. Item pertanyaan dalam kuesioner dimulai dari nomor 26 hingga 35. Hasil analisis data dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

1. Indikator Adanya *Press Room*

Indikator adanya *press room* terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 26. Indikator adanya *press room* yang dimaksudkan adalah mengenai bukti fisik berupa ruangan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.27 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Menyediakan *Press Room*

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	0	0,00
2.	4	3	9,68
3.	3	4	12,90
4.	2	9	29,03
5.	1	15	48,39
	Jumlah	31	100
	Mean	1,8	

Sumber: Kuesioner no.26

Berdasarkan tabel 4.27 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat tidak setuju (48,39%) terhadap pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah menyediakan *press room*’. Hal ini menunjukkan bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Tuban belum memenuhi kebutuhan mengenai *press room*.

2. Indikator Fasilitas *Press Room*

Indikator fasilitas *press room* terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 27. Indikator fasilitas *press room* yang dimaksudkan adalah mengenai fasilitas yang dapat dilihat dalam *press room*. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.28 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Menyediakan Fasilitas Pendukung *Press Room*

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	0	0,00
2.	4	3	9,68
3.	3	7	22,58
4.	2	8	25,81
5.	1	13	41,94
	Jumlah	31	100
	Mean	2,0	

Sumber: Kuesioner no.27

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden sangat tidak setuju (41,94%) dengan fasilitas *press room*. Hal ini dikarenakan pihak Humas Pemerintah Kabupaten Tuban tidak menyediakan *press room*, sehingga fasilitas *press room* juga tidak disediakan.

3. Indikator Ketepatan Jam Kerja

Indikator ketepatan jam kerja terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 28. Indikator ketepatan jam kerja yang dimaksudkan adalah pemberian pelayanan sesuai dengan ketepatan jam kerja Humas Pemerintah Kabupaten Tuban terhadap wartawan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.29 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Bekerja dengan Jam yang Tepat

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	4	12,90
2.	4	17	54,84
3.	3	6	19,35
4.	2	4	12,90
5.	1	0	0,00
	Jumlah	31	100
	Mean	3,7	

Sumber: Kuesioner no.28

Berdasarkan tabel 4.29 menunjukkan bahwa sejumlah 17 dari 31 orang responden menyatakan setuju (54,84%) dengan jam kerja Humas Pemerintah

Kabupaten Tuban. Hal ini karena responden melihat bahwa jam kerja humas tidak terbatas pada jam kerja normal. Pada saat ada kegiatan di luar jam dinas, Humas Pemerintah Kabupaten Tuban senantiasa siap bertugas. Meski demikian terdapat responden yang tidak setuju (12,90%) terhadap jam kerja humas.

4. Indikator Kecepatan Pelayanan

Indikator kecepatan pelayanan terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 29. Indikator kecepatan pelayanan yang dimaksudkan adalah pemberian pelayanan dengan segera. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.30 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Melayani Wartawan dengan Cepat

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	3	9,68
2.	4	14	45,16
3.	3	7	22,58
4.	2	5	16,13
5.	1	2	6,45
	Jumlah	31	100
	Mean	3,4	

Sumber: Kuesioner no.29

Berdasarkan tabel 4.30 persebaran 14 dari 31 orang responden merasa setuju (45,16%) dengan kecepatan pelayanan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Tuban. Hal ini berarti bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah memberikan pelayanan secara cepat kepada wartawan.

5. Indikator Ketersediaan Memberi Bantuan

Indikator ketersediaan memberi bantuan terdapat satu pertanyaan, yaitu nomor 30. Indikator ketersediaan memberi bantuan yang dimaksudkan adalah berkaitan dengan kesigapan seorang humas dalam membantu wartawan terkait data dan layanan kehumasan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.31 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban selalu Bersedia Memberikan Bantuan kepada Wartawan

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	4	12,90
2.	4	16	51,61
3.	3	6	19,35
4.	2	4	12,90
5.	1	1	3,23
	Jumlah	31	100
	Mean	3,6	

Sumber: Kuesioner no.30

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju (51,61%) dengan kesediaan humas dalam memberikan bantuan terkait data dan layanan kehumasan. Hal ini terkait dengan sikap humas yang bersedia membantu wartawan terkait dengan data dan layanan kehumasan meskipun di luar jam kerja. Meski demikian terdapat responden yang merasa tidak setuju (12,90%).

6. Indikator Perasaan Aman selama Berhubungan

Indikator perasaan aman selama berhubungan terdapat tiga pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 31 sampai dengan nomor 33. Indikator perasaan aman selama berhubungan yang dimaksudkan adalah kualitas yang berhubungan dengan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki seorang humas sehingga bebas dari keragu-raguan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.32 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan yang Luas

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	3	9,68
2.	4	12	38,71
3.	3	11	35,48
4.	2	4	12,90
5.	1	1	3,23
	Jumlah	31	100
	Mean	3,4	

Sumber: Kuesioner no.31

Tabel 4.33 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban dapat Dipercaya dalam Memberikan Informasi kepada Wartawan

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	6	19,35
2.	4	16	51,61
3.	3	5	16,13
4.	2	3	9,68
5.	1	1	3,23
	Jumlah	31	100
	Mean	3,7	

Sumber: Kuesioner no.32

Tabel 4.34 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Memberikan Perasaan Aman kepada Wartawan selama Berhubungan

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	4	12,90
2.	4	16	51,61
3.	3	6	19,35
4.	2	4	12,90
5.	1	1	3,23
	Jumlah	31	100
	Mean	3,6	

Sumber: Kuesioner no.33

Berdasarkan ketiga tabel di atas, sebagian besar responden memberikan tanggapan yang baik terhadap tingkat perasaan aman selama berhubungan. Pada tabel 4.32 sejumlah 12 dari 31 orang responden menyatakan setuju (38,71%) dengan pernyataan 'Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memiliki pengetahuan dan kemampuan yang luas', meski demikian 11 orang responden menyatakan

ragu-ragu (35,48%). Pada tabel 4.33 yang dijelaskan dalam pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban dapat dipercaya dalam memberikan informasi kepada wartawan’ sebagian besar responden menyatakan setuju (51,61%). Pada tabel 4.34 rata-rata responden menjawab setuju (51,61%) terhadap pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah memberikan perasaan aman kepada wartawan selama berhubungan’.

7. Indikator Pemahaman Terhadap Kebutuhan

Indikator pemahaman terhadap kebutuhan terdapat dua pertanyaan, yaitu dimulai dari nomor kuesioner 34 dan nomor 35. Indikator pemahaman terhadap kebutuhan yang dimaksudkan adalah untuk melihat kepuasan wartawan akan pemenuhan ego dan aktualisasi diri. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.35 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah Menjalin Komunikasi Personal yang Akrab dengan Wartawan

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	4	12,90
2.	4	16	51,61
3.	3	7	22,58
4.	2	3	9,68
5.	1	1	3,23
	Jumlah	31	100
	Mean	3,6	

Sumber: Kuesioner no.34

Tabel 4.36 Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sering Mengadakan Kegiatan-Kegiatan yang Bersifat Informal dengan Wartawan Sdperti *Press Tour, Media Gathering, dan Lain-Lain*

No.	Skor	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	5	0	0,00
2.	4	3	9,68
3.	3	8	25,81
4.	2	6	19,35
5.	1	14	45,16
	Jumlah	31	100
	Mean	2,0	

Sumber: Kuesioner no.35

Berdasarkan tabel 4.35 mengenai tingkat pemahaman terhadap kebutuhan sebanyak 16 orang responden menyatakan setuju (51,61%) terhadap pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah menjalin komunikasi personal yang akrab dengan wartawan’, meski demikian terdapat responden yang memberikan jawaban tidak setuju (9,68%). Sedangkan pada tabel 4.36 sebagian besar responden menyatakan sangat tidak setuju (45,16%) terhadap pernyataan ‘Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sering mengadakan kegiatan-kegiatan yang bersifat informal dengan wartawan seperti *press tour, media gathering, dan lain-lain*’. Sehingga dengan demikian wartawan merasa bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah menjalin komunikasi yang akrab, namun responden yang notabene adalah wartawan sebagian besar merasa bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Tuban jarang mengadakan kegiatan yang bersifat informal.

4.4 Hasil Uji Instrumen

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Penelitian Pengaruh *Media Relations* Terhadap Kepuasan Wartawan (Studi Kuantitatif pada Pemerintah Kabupaten Tuban) menggunakan validitas

konstruksi dalam menguji. “Validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor yaitu dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam suatu faktor dan mengkorelasikan skor faktor dan skor total” (Sugiyono, 2014, h. 125). Pengujian ini dilakukan pada 12 Maret 2016 dan 28 Maret 2016 dengan batas waktu dua minggu terhadap 31 wartawan yang bertugas di Pemerintah Kabupaten Tuban. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan rumus atau teknik statistik *Pearson’s Correlation (Product Moment)*.

Data yang dihasilkan dalam penelitian ini berupa data interval. Hal ini dikarenakan skala pengukuran yang digunakan merupakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2014, h. 96) “data yang diperoleh dari skala Likert berupa data interval”. Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui kesesuaian satu item pertanyaan dengan pertanyaan lainnya. Selain itu, pengujian validitas dapat melihat korelasi skor instrumen dan mengkorelasikan dengan skor total. Item pertanyaan dikatakan valid dalam rumus *Pearson’s Product Moment* apabila hasil perhitungan r tabel lebih dari 0,355 (Sugiyono, 2014).

Hasil pengujian validitas variabel *media relations* dalam penelitian ini terdapat pada tabel 4.37, sebagai berikut:

Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas I Instrumen

Variabel	Indikator	Pernyataan	Korelasi Pearson	R Tabel	Keterangan
<i>Media Relations</i> (X)	<i>Localness/proximity</i>	1	0,610	0,355	VALID
	<i>Timeliness</i>	2	0,749	0,355	VALID
		3	0,780	0,355	VALID
		4	0,640	0,355	VALID
		5	0,649	0,355	VALID
	<i>Immediacy</i>	6	0,591	0,355	VALID
		7	0,606	0,355	VALID
	<i>Prominence</i>	8	0,686	0,355	VALID
<i>Cultural proximity</i>					

		9	0,763	0,355	VALID
	<i>Human Interest</i>	10	0,606	0,355	VALID
		11	0,594	0,355	VALID
	<i>Unexpectedness</i>	12	0,535	0,355	VALID
	<i>Significance</i>	13	0,641	0,355	VALID
		14	0,761	0,355	VALID
	Memahami dan melayani media	15	0,516	0,355	VALID
		16	0,601	0,355	VALID
		17	0,682	0,355	VALID
	Membangun reputasi sebagai pihak atau sumber informasi yang dapat dipercaya	18	0,414	0,355	VALID
		19	0,537	0,355	VALID
	Menyediakan salinan yang baik	20	0,688	0,355	VALID
	Menyediakan fasilitas verifikasi	21	0,621	0,355	VALID
	Bekerjasama dalam penyediaan materi	22	0,581	0,355	VALID
	Membangun hubungan personal yang kuat	23	0,596	0,355	VALID
		24	0,469	0,355	VALID
		25	0,505	0,355	VALID
Kepuasan Wartawan (Y)	Adanya <i>press room</i>	26	0,527	0,355	VALID
	Fasilitas <i>press room</i>	27	0,585	0,355	VALID
	Ketepatan jam kerja	28	0,782	0,355	VALID
	Kecepatan pelayanan	29	0,813	0,355	VALID
	Kesediaan memberi bantuan	30	0,819	0,355	VALID
	Perasaan aman selama berhubungan	31	0,782	0,355	VALID
		32	0,847	0,355	VALID
		33	0,749	0,355	VALID
	Pemahaman terhadap kebutuhan	34	0,765	0,355	VALID
		35	0,550	0,355	VALID

Sumber: Data Hasil SPSS

Hasil uji validitas pada tabel 4.37 menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat dikatakan valid. Hal ini ditunjukkan pada hasil perhitungan koefisien korelasi dari ke-35 butir adalah lebih besar dari nilai tabel =

0,355, sehingga dapat diartikan bahwa instrumen dapat digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

Tabel 4.38 Hasil Uji Validitas II Instrumen

Variabel	Indikator	Pernyataan	Korelasi Pearson	R Tabel	Keterangan
Media Relations (X)	<i>Localness/proximity</i>	1	0,610	0,355	VALID
	<i>Timeliness</i>	2	0,749	0,355	VALID
		3	0,780	0,355	VALID
		4	0,640	0,355	VALID
		5	0,649	0,355	VALID
	<i>Immediacy</i>	6	0,591	0,355	VALID
		7	0,606	0,355	VALID
	<i>Prominence</i>	8	0,686	0,355	VALID
	<i>Cultural proximity</i>	9	0,763	0,355	VALID
		10	0,606	0,355	VALID
	<i>Human Interest</i>	11	0,594	0,355	VALID
		12	0,535	0,355	VALID
	<i>Significance</i>	13	0,641	0,355	VALID
		14	0,761	0,355	VALID
	Memahami dan melayani media	15	0,516	0,355	VALID
		16	0,601	0,355	VALID
		17	0,682	0,355	VALID
	Membangun reputasi sebagai pihak atau sumber informasi yang dapat dipercaya	18	0,414	0,355	VALID
		19	0,537	0,355	VALID
	Menyediakan salinan yang baik	20	0,688	0,355	VALID
	Menyediakan fasilitas verifikasi	21	0,621	0,355	VALID
	Bekerjasama dalam penyediaan materi	22	0,581	0,355	VALID
	Membangun hubungan personal yang kuat	23	0,596	0,355	VALID
24		0,469	0,355	VALID	
25		0,505	0,355	VALID	
Kepuasan Wartawan (Y)	<i>Adanya press room</i>	26	0,527	0,355	VALID
	<i>Fasilitas press room</i>	27	0,585	0,355	VALID
	<i>Ketepatan jam kerja</i>	28	0,782	0,355	VALID
	<i>Kecepatan pelayanan</i>	29	0,813	0,355	VALID
	<i>Kesediaan memberi</i>	30	0,819	0,355	VALID

bantuan				
Perasaan aman	31	0,782	0,355	VALID
selama	32	0,847	0,355	VALID
berhubungan	33	0,749	0,355	VALID
Pemahaman	34	0,765	0,355	VALID
terhadap kebutuhan	35	0,550	0,355	VALID

Sumber: Data Hasil SPSS

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach*. Perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS. Reliabilitas digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah item pertanyaan yang digunakan dapat bersifat reliabel atau tidak. Tujuan dari uji reliabilitas untuk mendapatkan item instrumen konsisten dan stabil, sehingga apabila dilakukan pengukuran, item pertanyaan tersebut dapat digunakan kapanpun dan tidak berubah.

Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini terdapat dalam tabel 4.39 sebagai berikut:

Tabel 4.39 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Item	Alpha Cronbach	Keterangan
1.	Variabel X	0,932	RELIABEL
2.	Variabel Y	0,897	RELIABEL

Sumber: Data Hasil SPSS

Data di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas lebih besar dari 0,60 atau 60%, sehingga penelitian ini dikatakan reliabel untuk digunakan kembali pada penelitian selanjutnya.

4.4.3 Hasil Regresi Linier Sederhana

Perhitungan regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{(954)(217.567) - (2.539)(81.321)}{31(217.567) - (2.539)^2} \\
 &= \frac{1084899}{298056} \\
 &= 3,639917 \\
 &= 3,640 \\
 b &= \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{31(81.321) - (2.539)(954)}{31(217.567) - (2.539)^2} \\
 &= \frac{98745}{298056} \\
 &= 0,331297
 \end{aligned}$$

sehingga, persamaan umum regresi linier sederhana dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

$$Y = 3,640 + 0,331 X$$

Persamaan ini menunjukkan hal-hal sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 3,640 mengindikasikan bahwa apabila variabel *media relations* bernilai konstan (tidak berubah) maka besar perubahan skala kepuasan wartawan di Pemerintah Kabupaten Tuban sebesar 3,640.
2. Koefisien *media relations* sebesar 0,331 mengindikasikan bahwa *media relations* berpengaruh positif terhadap kepuasan wartawan di Pemerintah Kabupaten Tuban. Hal ini berarti semakin baik elemen *media relations* maka

cenderung dapat memperkuat kepuasan wartawan di Pemerintah Kabupaten Tuban.

4.4.4 Hasil Uji T

Uji t dalam penelitian ini berfungsi untuk menjawab hipotesis yang dijabarkan sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh *media relations* terhadap kepuasan wartawan di Pemerintah Kabupaten Tuban.

H_1 = Terdapat pengaruh *media relations* terhadap kepuasan wartawan di Pemerintah Kabupaten Tuban.

Berdasarkan hipotesis penelitian ini, uji t dapat dihitung dengan menggunakan rumus dan perhitungan statistik SPSS sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 y^2}} \\
 &= \frac{3185,323}{3854,706} \\
 &= 0,826346438 \\
 t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,826\sqrt{31-2}}{\sqrt{1-0,826^2}} \\
 &= \frac{5,385165}{0,563162112} \\
 &= 7,901831
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas dapat dijelaskan bahwa t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sedangkan

jika t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, atau jika probabilitas sig. tabel koefisien regresi $< (0,05)$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya apabila probabilitas sig. tabel koefisien regresi $> (0,05)$ maka H_0 diterima. Berdasarkan hal tersebut, t tabel dalam penelitian adalah 2,042 dan t hitung 7,902. Sehingga, t hitung ($7,902$) $> t$ tabel ($2,042$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dapat dijelaskan bahwa sig. tabel koefisien regresi ($0,000$) $< (0,05)$, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh *media relations* terhadap kepuasan wartawan di Pemerintah Kabupaten Tuban.

Varians yang terjadi dalam pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen yang disebut dengan koefisien penentu. Hal ini dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi (r^2) dengan $r = 0,826$, sehingga $r^2 = 0,826^2 = 0,683$.

4.5 Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan terdapat pengaruh *media relations* terhadap kepuasan wartawan di Pemerintah Kabupaten Tuban. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak atau dengan kata lain variabel bebas secara nyata berpengaruh terhadap variabel terikat. Berdasarkan pengujian statistik dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa adanya pengaruh antara variabel *media relations* terhadap kepuasan wartawan sebesar 0,683. Hal ini menunjukkan 0,317 kepuasan wartawan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

4.5.1 Pengaruh *Media Relations* terhadap Kepuasan Wartawan

Pertumbuhan jumlah media massa yang pesat memudahkan aktivitas *media relations* dalam pemilihan media yang sesuai dengan target khalayaknya. Oleh karena itu, “humas sebagai pelaku dari aktivitas *media relations* harus mengetahui segala sesuatu mengenai media serta secara terus-menerus perlu mengamati perkembangan media, target sasaran dan isu-isu yang berkembang di masyarakat” (Kriyantono, 2012, h. 79; Wardhani, 2008, h. 7).

“*Media relations* merupakan usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan bagi khalayak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan” (Jefkins, 2002, h. 10). Pentingnya *media relations* bagi suatu organisasi tidak terlepas dari kekuatan media massa yang tidak hanya mampu menyampaikan pesan kepada banyak khalayak, namun lebih dari itu, media sebagaimana konsep dasar yang sesungguhnya memiliki fungsi mendidik, memengaruhi, mengawasi, menginformasikan, menghibur, memobilisasi, dan sebagainya (Isni, 2012). Berdasarkan hal tersebut, media memiliki potensi untuk memberikan pengertian, membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat, dan perilaku sebagaimana tujuan yang akan disasar (Isni, 2012). Penelitian Isni (2012) menyatakan kegiatan *media relations* yang terdiri dari variabel kredibilitas, profesionalisme dan hubungan interpersonal petugas humas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wartawan akan layanan kehumasan, sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh *media relations* terhadap kepuasan wartawan di Pemerintah Kabupaten Tuban.

Pengaruh *media relations* dalam penelitian ini dapat dilihat dari hasil perhitungan terhadap 14 indikator *media relations* yang terdapat dalam penjelasan Zoch & Supa (2014, h. 12) dan Jefkins (2002, h. 116). Adapun indikator tersebut diantaranya *localness/proximity*, *timeliness*, *immediacy*, *prominence*, *cultural proximity*, *human interest*, *unexpectedness*, *significance*, memahami dan melayani media, membangun reputasi sebagai pihak atau sumber informasi yang dapat dipercaya, menyediakan salinan yang baik, menyediakan fasilitas verifikasi, bekerjasama dalam penyediaan materi, dan membangun hubungan personal yang kuat. Hasil rata-rata jawaban responden berdasarkan skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert, sehingga hasil yang didapatkan dari rata-rata keseluruhan dari nilai 1 hingga 5 atau dengan kata lain dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Hasil penelitian menunjukkan semakin baik *media relations* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Tuban akan meningkatkan kepuasan wartawan. Indikator *media relations* menurut Zoch & Supa (2014, h. 12) dan Jefkins (2002, h. 116) yang digunakan untuk mengukur *media relations* meliputi:

1. *Localness/proximity*

Pengukuran indikator *localness/proximity* dalam penelitian ini menjelaskan adanya kedekatan berupa kedekatan geografis antara humas sebagai pembuat berita dengan wartawan sebagai pembaca atau penerima informasi. “Penyediaan informasi ini akan berubah tergantung pada demografi masyarakat dan kebutuhan masyarakat tertentu” (Zoch & Supa, 2014, h. 17). Kedekatan geografis yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pembuat berita harus mempertimbangkan dampak berita bagi publik, apakah berita itu penting dan

dibutuhkan oleh publik berkaitan dengan lokal isu (Kriyantono, 2012), sehingga dalam penelitian ini dapat digambarkan pada berita yang diberikan Humas Pemerintah Kabupaten Tuban merupakan informasi yang dibutuhkan oleh publik. Berdasarkan hal tersebut, secara garis besar responden yang notabene wartawan merasa bahwa *localness/proximity* merupakan faktor penting dalam menentukan minat pembaca. Hal ini digambarkan pada hasil rata-rata keseluruhan indikator *localness/proximity* sebesar 3,9.

2. *Timeliness*

Pengukuran indikator *timeliness* dijabarkan oleh Zoch & Supa (2014) adanya pengetahuan mengenai frekuensi penerbitan dari suatu media merupakan salah satu faktor yang berkontribusi dalam hal penyediaan informasi. Rata-rata keseluruhan item sebesar 3,1 berita yang dikirimkan Humas Pemkab Tuban sebelum waktu *deadline* memiliki kesempatan lebih besar untuk dimuat di media massa.

3. *Immediacy*

Indikator *immediacy* melalui pengukuran dalam penelitian ini yaitu informasi dapat berpengaruh apabila memiliki nilai jika baru dan aktual yang penting bagi wartawan. “Sesuatu yang baru dan aktual akan menarik untuk diberitakan” (Abdullah, 2004, h. 53). Sebanyak 31 responden 10 orang menerima informasi yang baru dan 6 orang menerima informasi yang aktual, sehingga rata-rata perhitungan indikator *immediacy* yang dihasilkan sebesar 2,9. Hal ini menunjukkan bahwa masalah aktualitas bagi wartawan sangat diperhatikan,

sehingga dalam peristiwa-peristiwa besar wartawan tidak akan menunda pemuatan (Zoch & Supa, 2014).

4. *Prominence*

Pengukuran indikator *prominence* sebagai faktor dalam penyediaan informasi dianggap menjadi sumber yang memiliki nilai jurnalistik (Zoch & Supa, 2014). Faktor tersebut menjelaskan suatu peristiwa akan diberitakan jika mengandung unsur ketenaran, dengan kata lain suatu peristiwa penting akan selalu menarik untuk diberitakan atau menarik untuk ditulis. “Wartawan biasanya melihat penting atau tidaknya suatu berita berdasarkan kepentingan khalayak pasar medianya” (Abdullah, 2004, h. 58). Hal ini digambarkan pada hasil rata-rata keseluruhan indikator *prominence* sebesar 3,5.

5. *Cultural Proximity*

Cultural proximity yang dijabarkan Zoch & Supa (2014) adanya kedekatan budaya dan geografi akan cenderung mempengaruhi alur dari penyediaan informasi itu sendiri, sehingga pemahaman mengenai wilayah sebar media, apakah lokal atau nasional dan sistem distribusi seperti segmentasi khalayak akan dapat menentukan suatu berita dapat bernilai bagi publiknya. Hasil rata-rata perhitungan keseluruhan indikator *cultural proximity* sebesar 3,2 atau wartawan merasa Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memahami wilayah sebar media dan segmentasi khalayak media.

6. *Human Interest*

Pengukuran indikator *human interest* dalam penelitian ini adalah adanya tingkat daya tarik atau perhatian wartawan dalam penyediaan informasi yang

dapat menimbulkan emosi atau menyebabkan orang untuk berbicara mengenai hal itu, dengan kata lain membuat orang bersimpati dan berempati. Hasil analisis yang didapatkan tingginya ketidaksetujuan wartawan mengenai informasi yang diberikan Humas Pemerintah Kabupaten Tuban yang menarik perhatian orang atau membuat orang bersimpati sebesar 51,61% dan berempati sebesar 48,39%. Aspek ketidaksetujuan tersebut sebagian besar yaitu berupa berita politik. Hal ini berarti hanya 2,6 rata-rata keseluruhan item mengandung *human interest*.

7. *Unexpectedness*

Indikator *unexpectedness* memiliki respon positif berupa berita yang disampaikan memiliki unsur keanehan, unik, dan belum dijelajahi. Berdasarkan hasil analisis rata-rata indikator *unexpectedness* sebesar 3,2 atau wartawan memandang Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah memberikan informasi berbeda dengan yang lainnya.

8. *Significance*

Pengukuran indikator *significance* yang dijelaskan Zoch & Supa (2014) adalah berita yang disampaikan merupakan sesuatu yang penting untuk diketahui. Berdasarkan hasil rata-rata keseluruhan dalam indikator *significance* 3,5 dari skor 1 hingga 5 memiliki kesan mendalam terhadap berita yang penting seperti untuk mendidik dan memberikan informasi yang memiliki nilai moral dan sosial.

9. Memahami dan Melayani Media

Pengukuran indikator memahami dan melayani media yang dijabarkan Jefkins (2002) yaitu adanya pelayanan yang baik bagi wartawan dan dapat menciptakan suatu hubungan timbal-balik yang saling menguntungkan.

Penjabaran sebelumnya dijelaskan bahwa adanya respon positif mengenai indikator memahami dan melayani media. Maka hasil analisis dari rata-rata keseluruhan sebesar 3,5 atau wartawan memiliki respon yang baik. Hal ini pada dasarnya berkaitan dengan bagaimana sikap proaktif humas dalam hubungan media. Sesuai penelitian yang dilakukan oleh Syahri (2015) bahwa pelayanan media pemerintah memiliki nilai signifikan terhadap wartawan. “Humas harus bersikap proaktif (jemput bola) dalam berhubungan dengan wartawan” (Syahri, 2015, h. 120). Selain itu, sebagai bagian dari pelayanan humas terhadap wartawan, humas harus sering mengambil prakarsa menghubungi media.

10. Membangun Reputasi sebagai Pihak atau Sumber Informasi yang dapat Dipercaya

Indikator membangun reputasi sebagai pihak atau sumber informasi yang dapat dipercaya melalui pengukuran dalam penelitian ini adalah pemberian informasi secara jujur dan akurat. “Kejujuran dan kredibilitas merupakan salah satu prinsip utama dalam membangun hubungan baik dengan media, dengan kejujuran dan kredibilitas, maka wartawan akan percaya sepenuhnya kepada humas” (Wardhani, 2008, h. 15). Kejujuran dalam menyampaikan informasi yang sebenarnya merupakan poin penting penilaian terhadap kinerja humas. “Jujur merupakan modal penting untuk meraih kredibilitas bagi humas sebagai sumber informasi bagi wartawan” (Kriyantono, 2012, h. 83). Hal ini digambarkan pada hasil rata-rata keseluruhan indikator membangun reputasi sebagai pihak atau sumber informasi yang dapat dipercaya sebesar 3,4 atau wartawan memberikan

kesan baik terhadap informasi secara jujur dan akurat yang diberikan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Tuban.

11. Menyediakan Salinan yang Baik

Pengukuran indikator menyediakan salinan yang baik memiliki respon positif terhadap pemberian materi-materi sumber berita bagi wartawan yang berupa fasilitas pendukung lain seperti gambar, foto-foto, dan tempat yang diperlukan. Sebanyak 31 responden 14 orang setuju terhadap indikator penyediaan salinan yang baik dengan hasil rata-rata 3,6. Sesuai dengan penelitian Syahri (2015, h. 123) bahwa “humas harus bersedia menyediakan materi-materi pendukung informasi seperti gambar, foto-foto, video, dan sebagainya yang memiliki pengaruh positif sebagai kelengkapan bahan informasi bagi humas”.

12. Menyediakan Fasilitas Verifikasi

Pengukuran indikator menyediakan fasilitas verifikasi yang dijabarkan Jefkins (2002) adanya pemberian kesempatan kepada wartawan untuk melakukan verifikasi (pembuktian kebenaran) atas setiap materi yang diterima. Contoh konkretnya yaitu para wartawan diizinkan untuk langsung melihat fasilitas atau kondisi-kondisi organisasi yang akan diberitakan. Hal ini dapat digambarkan bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah bersikap terbuka dan selalu siap untuk menerima verifikasi informasi. Rata-rata item yang didapatkan 3,3 yang berarti wartawan merasa setuju terhadap penyediaan fasilitas verifikasi.

13. Bekerjasama dalam Penyediaan Materi

Indikator bekerjasama dalam penyediaan materi melalui pengukuran dalam penelitian ini adalah dapat bekerjasama dalam mempersiapkan sebuah

acara wawancara. Hasil analisis yang didapatkan tingginya ketidaksetujuan wartawan mengenai kerjasama dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau tamu pers dengan tokoh-tokoh tertentu sebesar. Hal ini digambarkan dengan hasil rata-rata sebesar 2,5.

14. Membangun Hubungan Personal yang Kuat

Pengukuran indikator membangun hubungan personal yang kuat yang dijabarkan Jefkins (2002) apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, dan kerjasama serta saling menghormati profesi masing-masing. Artinya “humas harus menyadari tugas dan kewajiban serta etika profesi humas dan wartawan” (Kriyantono, 2012, h. 86). Sebagai bentuk tanggung jawab sosial, suatu profesi harus memenuhi harapan dan kewajiban moral masyarakat. Hal ini menjelaskan bahwa profesionalisme akan muncul apabila dalam diri elit profesional tersebut terdapat kesadaran yang kuat untuk mengindahkan etika profesi pada saat mereka akan memberikan jasa keahlian profesi kepada masyarakat yang membutuhkannya, demikian pula yang terjadi pada humas pemerintah, bukan hanya sekedar sikap baik terhadap wartawan, akan tetapi dengan bekerja secara profesional sesuai kode etik maka salah satu orientasi humas adalah kepuasan wartawan (Isni, 2012). Hasil rata-rata keseluruhan item yang didapatkan 3,5 yang berarti wartawan merasa setuju terhadap indikator membangun hubungan personal yang kuat.

Berdasarkan hasil analisis di atas, hubungan antara humas dan media menjadi hal penting dalam penyebaran informasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa akses informasi menjadi aktivitas utama dalam hubungan keduanya. Akses

informasi sebagai bagian dari aktivitas *media relations* menjadi pengaruh bagi wartawan sebagai pelaku dari media. Aktivitas *media relations* yang terbentuk akan positif apabila humas mampu menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik yang dalam hal ini adalah fungsi dalam *information subsidies*. Penggunaan *information subsidies* merupakan dasar dari hubungan antara humas dan wartawan yang bekerjasama dalam pembentukan isi berita. Seperti yang telah dijelaskan dalam bab tinjauan pustaka, “humas sebagai penyedia informasi juga harus memiliki kemampuan menghasilkan *event* yang memiliki nilai berita dan menguasai teknik-teknik jurnalistik dan membangun hubungan media yang baik dengan media massa” (Kriyantono, 2014b, h. 317). Terdapat dua faktor dalam menyediakan informasi, yaitu faktor penulisan materi publisitas dan faktor kualitas hubungan.

Faktor penulisan materi publisitas menunjukkan bahwa bagi wartawan peran humas dalam menjalankan aktivitas *media relations* melalui *information subsidies* tidak hanya sekedar memberikan informasi kepada wartawan. Wartawan sendiri juga tidak mengartikan *information subsidies* sebagai bentuk humas memberikan informasi, akan tetapi informasi yang diberikan diharapkan berupa “... terutama *press release*, tetapi juga disertai dengan lembaran fakta, latar belakang, wawancara dan konferensi pers yang mana media dapat merumuskan secara kredibel, tepat waktu, dan layak diberitakan” (Bryant, 2010, h. 18). Berdasarkan hasil perhitungan indikator, faktor penulisan materi publisitas tertinggi terdapat dalam indikator *localness/proximity*, karena dalam hal ini

Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sebagai penyedia informasi telah mempertimbangkan dampak berita bagi publiknya.

Faktor selanjutnya dalam penyediaan informasi yaitu faktor kualitas hubungan media. “Fokus inti dari aktivitas humas adalah hubungan” (Kriyantono, 2014b, h. 277). Berdasarkan hal tersebut hubungan yang baik akan mempengaruhi terbentuknya aktivitas yang baik pula. Seperti halnya “semakin baik kualitas hubungan antara humas, maka semakin besar peluang informasi dimuat” (Kriyantono, 2012, h. 71). Pada dasarnya humas merupakan komunikator bagi wartawan yang menjadi komunikan dalam proses pelayanan tatap muka yang menggunakan komunikasi sebagai sarana dari kegiatan tersebut. Komunikator yang dapat dipercaya adalah yang dianggap jujur, tulus dan bermoral (Isni, 2012). “Kesan yang ditimbulkan dari komponen kepercayaan meliputi moral yang baik” (Rakhmat, 2009, h. 260). Tugas dan tanggung jawab humas dalam peranannya adalah menciptakan, kepercayaan, kejujuran dan dapat memberikan informasi atau publikasi yang baik kepada masyarakat. Hal tersebut tentunya didukung dengan kiat dan strategi, serta teknik-teknik yang digunakan pada program yang akan dilaksanakannya.

Bentuk kualitas hubungan media terkait dengan pemahaman dan pelayanan humas terhadap media yang menunjukkan prosentase seimbang yang tercantum dalam tabel 4.16 tingkat memahami dan melayani media dan 4.17 tingkat memahami dan melayani media. Memahami perbedaan jenis media ini antara lain memengaruhi pola kerja wartawan, bentuk penulisan, dan sebagainya. Selain itu, pemahaman terhadap wartawan sangat penting, mengingat setiap hari

humas bertemu dengan wartawan. “Wartawan dikenal tidak cepat puas dengan materi informasi dari narasumber” (Kriyantono, 2012, h. 81). Sifat kritis wartawan dipengaruhi oleh banyaknya wartawan yang mempunyai tingkat pendidikan tinggi. Oleh karena itu, wartawan akan selalu mengejar jawaban yang diberikan oleh humas.

Hal lain yang menjadikan baiknya kualitas hubungan dengan media adalah sikap kredibilitas dan profesionalisme yang dimiliki oleh humas. Kredibilitas humas dinilai tinggi apabila humas berkompeten dan memenuhi unsur-unsur penting sebagai seorang komunikator (Isni, 2012). Menyampaikan informasi yang dibutuhkan wartawan dengan jujur, baik, dan bertanggung jawab, wartawan sebagai komunikator akan menilai humas sebagai komunikator yang kredibel atau tidak. Hal ini dikarenakan kredibilitas komunikator tidak terletak pada diri komunikator, melainkan pada sisi subyektif komunikator (Isni, 2012). Berdasarkan hal tersebut, humas harus memiliki kredibilitas yang tinggi agar mendapatkan persepsi yang kuat dari wartawan sehingga dapat meyakinkan wartawan akan informasi yang disampaikannya. Akan tetapi yang menjadikan kualitas hubungan media rendah yaitu bekerjasama dalam penyediaan materi dengan rata-rata 2,5. Hal ini dikarenakan wartawan cenderung tidak dilibatkan dalam proses menyiapkan acara wawancara atau tamu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.

Kepuasan wartawan dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan hasil perhitungan konsep *Serv-Qual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, terdiri dari lima dimensi, antara lain:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Dimensi bukti fisik (*tangible*) diukur dengan adanya *press room* dan fasilitas *press room*. *Press room* merupakan sebuah ruangan khusus yang dibangun untuk kegiatan para wartawan (Effendy, 2006). Hasil rata-rata indikator adanya *press room* menunjukkan nilai terendah dengan angka sebesar 1,8. Sedangkan pada indikator fasilitas *press room* sebesar 2,0. Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa meskipun belum terdapat satu ruangan khusus, namun di Bagian Humas dan Media Pemerintah Kabupaten Tuban terdapat sebuah komputer yang khusus diperuntukkan bagi wartawan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Dimensi keandalan (*reliability*) yang dijelaskan oleh Tjiptono (2006) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera. Hal ini dapat diukur dengan ketepatan jam kerja Humas Pemerintah Kabupaten Tuban dengan hasil rata-rata tertinggi sebesar 3,7. Berdasarkan hal tersebut, wartawan melihat bahwa jam kerja humas tidak terbatas pada jam kerja normal, pada saat ada kegiatan di luar jam dinas, Humas Pemerintah Kabupaten Tuban senantiasa siap bertugas. Selain ketepatan jam kerja, aspek penting dalam dimensi keandalan (*reliability*) adalah kecepatan pelayanan oleh humas. Hasil pengukuran indikator kecepatan pelayanan menunjukkan angka sebesar 3,4 atau Humas Pemerintah Kabupaten Tuban memberikan pelayanan secara cepat terhadap wartawan.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) dalam penelitian ini diukur dengan kesediaan humas dalam memberikan bantuan terkait data dan layanan kehumasan. Hasil perhitungan rata-rata indikator kesediaan memberi bantuan sebesar 3,6. Hal ini menunjukkan respon positif terkait dengan sikap Humas Pemerintah Kabupaten Tuban yang bersedia membantu wartawan dalam penyediaan data dan layanan kehumasan, meskipun di luar jam kerja. Sesuai dengan penelitian Isni (2012) bahwa humas menyadari tanggung jawabnya sebagai mitra yang diharapkan dapat peka, membantu dan mempermudah kerja wartawan utamanya dalam kapasitas mereka sebagai wakil pemerintah.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*) yang dijabarkan Tjiptono (2006) merupakan dimensi kualitas yang berhubungan dengan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki seorang humas sehingga bebas dari keragu-raguan. Dimensi jaminan (*assurance*) dalam penelitian ini diukur dengan perasaan aman dalam berhubungan. Berdasarkan hasil rata-rata keseluruhan dalam penelitian ini sebesar 3,6 atau wartawan merasa aman selama berhubungan dengan Humas Pemerintah Kabupaten Tuban. Hal ini berkaitan dengan hubungan bebas tekanan serta solidaritas yang tinggi antara humas dan wartawan (Isni, 2012).

5. Empati (*Empathy*)

Dimensi empati (*empathy*) dalam penelitian ini diukur dengan pemahaman humas terhadap kebutuhan wartawan. Pemahaman terhadap kebutuhan yang dimaksudkan adalah untuk melihat kepuasan wartawan akan

pemenuhan ego dan aktualisasi diri. Hasil rata-rata pengukuran pemahaman terhadap kebutuhan sebesar 2,8 atau kebutuhan ego dan aktualisasi diri wartawan berusaha dipenuhi oleh humas, dengan mengenal para wartawan secara pribadi dan memahami kebutuhan wartawan terkait data dan layanan kehumasan. Hal ini sesuai dengan penelitian Isnri (2012) bahwa upaya mengenai pemahaman humas terhadap kebutuhan wartawan berhasil dengan baik yang ditunjukkan dengan tingginya tingkat kepuasan wartawan di Kabupaten Brebes.

Berdasarkan penjelasan tersebut, tingkat kepuasan wartawan di Pemerintah Kabupaten Tuban apabila dilihat berdasarkan instansi (media) tempat wartawan bekerja, sebagian besar wartawan yang bekerja pada media online cenderung lebih puas apabila dibandingkan dengan media elektronik dan media cetak yang cenderung lebih rendah. Berdasarkan tabulasi data, 12 wartawan yang bekerja pada media online 8 wartawan menyatakan setuju bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Tuban sudah bekerja dengan jam yang tepat, sehingga dengan demikian keandalan berupa ketepatan jam kerja yang dimiliki humas mampu memberikan kepuasan terhadap wartawan.