

***EVALUASI FORUM MERDEKA BARAT 9 SEBAGAI WUJUD RELASI MEDIA
DENGAN PEMERINTAH***

Farikha Rachmawati, Rachmat Kriyantono

Program Studi S2 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Brawijaya

riikhaa@gmail.com

Abstract

This study discusses the positives and negatives received by the journalist Forum Merdeka Barat 9 (FMB9) as an evaluation of the government public relations program. Government Public Relations initiated FMB9 to get access for the media to get information related to the government agenda. In addition, the presence of FMB9 represented a single government narrative in accordance with Presidential Instruction No. 9 of 2015. Forum Merdeka Barat 9 is one of the flagship programs that form the Directorate General of Information and Communication of the Ministry of Communication and Information Technology (Dirjen IKP Kemenkominfo) which consists of media discussions or press conferences as the government's main news source. This study used quantitative methods and data collection techniques, namely Forum Group Discussion (FGD) for 30 FMB9's journalists. Informants consisted of journalists from printed media, television and online media in three discussion sessions. Aspects that include: information completeness, focus, right time, easy access, ease of information, media discussion, free media permission, and information clarity, will then be used to explore quantitative analysis to see FMB9's effectiveness and to remove programs in this forum is activated. The results of this study reveal the Benefits of FMB9 for journalists after the arrival of FMB9.

Keywords: Merdeka Barat 9 Forum, Media Relations, Communication Evaluation, Government Public Relations

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui dampak positif dan negatif yang dirasakan jurnalis Forum Merdeka Barat 9 (FMB9) sebagai bentuk evaluasi program humas pemerintah. Humas pemerintah menggagas FMB9 untuk menciptakan kemudahan bagi media mendapatkan informasi terkait agenda pemerintahan. FMB9 merupakan wujud narasi tunggal pemerintah sesuai Inpres No.9 tahun 2015. Forum Merdeka Barat 9 salah satu program unggulan dibentuk Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Kementerian Kominfo berupa diskusi media atau konferensi pers sebagai sumber berita utama pemerintah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan Teknik pengambilan data yakni Forum Group Discussion (FGD) terhadap 30 jurnalis FMB9. Informan terdiri dari jurnalis dari media cetak, televisi, dan online dalam tiga sesi diskusi. Aspek penilaian yang meliputi: kelengkapan informasi, fokus, tepat waktu, kemudahan akses, kemudahan informasi, diskriminasi media, media bebas lisensi, dan kejelasan informasi, Selanjutnya akan digunakan pendekatan analisa kuantitatif untuk melihat seberapa efektif FMB9 ini sebagai wadah sumber informasi melalui pengujian perbedaan sebelum dan sesudah program dalam forum ini dijalankan. Hasil penelitian ini mengungkapkan manfaat FMB9 bagi jurnalis setelah hadirnya FMB9.

Kata Kunci: Forum Merdeka Barat 9, Media Relations, Evaluasi komunikasi, Humas Pemerintah

PENDAHULUAN

Forum Merdeka Barat 9 ialah diskusi media yang digagas pemerintahan Jokowi JK menurut Inpres No.9 tahun 2015. Peraturan tersebut menjawab tantangan informasi di era digital dengan memberikan mandat kepada Direktorat Jenderal Komunikasi dan Informasi (Dirjen IKP Kemenkominfo) untuk membentuk sebuah narasi tunggal pemerintah.

Kemenkominfo membentuk sebuah tim monitoring isu publik untuk melihat tren isu yang beredar di masyarakat. Keberhasilan tim monitoring isu tersebut mendapatkan apresiasi dan menjadis salah satu bahan pertimbangan oleh pemerintah dalam pengambilan keputusan. Kemudian kegiatan monitoring isu tersebut ditindaklanjuti dan dibentuk sebagai diskusi media. setelah mengalami diksusi yang cukup panjang, dibentuklah Forum Merdeka Barat 9 (FMB9) yang diambil dari nama jalan Kemenkominfo, Jalan Merdeka Barat 9. Forum ini pada akhirnya bukan hanya disambut baik oleh berbagai kalangan, tapi juga menjadi sumber informasi utama sebagai perwujudan narasi tunggal pemerintah.

Forum Merdeka Barat 9 memiliki format khusus seperti konferensi pers yang membahas terkait isu lintas sektoral yang pro kontra di masyarakat. Sinergi pada FMB9 memanggil kementerian lintas sektor dalam menghadapi isu. Tujuannya, tidak lain menyampaikan dan mengklarifikasi program kerja dan kebijakan pemerintah.

Jika isu hanya melibatkan satu kementerian, pihak kementerian bisa

melaksanakan konferensi pers langsung melalui Tenaga Humas Kementerian (THP) yang ada di Kementerian masing-masing. Namun jika tidak, maka isu tersebut akan diselesaikan di FMB9 dengan narasumber yang kredibel.

Kredibilitas media massa sebagai arus utama yang selalu digerogoti kepentingan elit dan pemilik, memaksa masyarakat mencari informasi alternatif (Syuhada, 2018). Media massa sebagai informasi alternatif dikonstruksikan bagi pihak yang berkepentingan dan mengabaikan realitas yang sesungguhnya. Untuk menjawab keresahan itu, FMB9 berupaya menampilkan narasumber setingkat Menteri, atau minimal eselon satu.

Sejak dirilis pertengahan tahun 2017, Forum Merdeka Barat 9 sudah mendapatkan banyak respon positif dan terus berinovasi. Saat ini, perkembangan FMB9 nampak drastis mulai dari pengembangan media sosial yang digunakan hingga cara publikasi yang digunakan.

Mengacu pada penelitian Wahyono, Amalia dan Ranteallo (2017) bahwa new media ternyata mampu menebar berbagai wacana mulai dari memengaruhi opini publik, perilaku masyarakat hingga ideologi yang dianut oleh suatu masyarakat. Oleh sebab itu FMB9 mulai membuka diri dan update melalui media sosial. Saat ini FMB9 telah dilengkapi fitur live streaming, live tweet, live Instagram.

Hal ini sesuai pendapat Wahyono, Amalia, dan Ranteallo (2017) yakni kehadiran FMB9 di media sosial diharapkan mendorong keingintahuan masyarakat dan

menjadikannya sebagai sumber berita utama jurnalis dalam mendapatkan pemberitaan.

Kemenkominfo melalui FMB9 telah melakukan komunikasi dua arah sebagai pertukaran informasi dengan memberikan hak informasi kepada masyarakat. Hak akses informasi dianggap menjadi kunci *good governance* untuk menjadikan masyarakat lebih partisipatif.

Humas pemerintah berupaya membangun *media relations* yang baik dengan jurnalis, sebagai upaya memberikan pengetahuan yang cukup terkait kinerja pemerintah kepada masyarakat melalui media.

Untuk memastikan itu, humas pemerintah penting untuk melakukan *Forum Group Discussion* dari media cetak, online, dan televisi untuk mengetahui kebutuhan, pendapat, serta dampak yang dirasakan jurnalis sejak hadirnya FMB9.

Mengingat pentingnya program FMB 9 secara strategik bagi pencapaian seluruh target-target komunikasi yang telah ditetapkan oleh Pemerintah, maka diperlukan proses evaluasi dengan menggunakan pendekatan analisa strategis terhadap seluruh *attribute-attribute* yang telah didefinisikan di dalam kerangka parameter *SWOT analysis* dari program FMB 9.

Strategi Humas Membentuk Citra Positif

Strategi komunikasi diperlukan dalam menjalankan pemerintahan. Hal ini dikemukakan Jefkins (1998, dalam Kriyantono, 2008) bahwa “*public relations* adalah sebuah sistem komunikasi untuk menciptakan niat

yang baik. “Humas yang dalam perusahaan atau organisasi memiliki peran penting dalam pembentukan citra dan memiliki sebuah strategi dalam menjalankan tugasnya. Strategi adalah kekuatan penggerak dalam setiap bisnis atau organisasi” (Cutlip, Center, dan Broom, 2006:351). Mewujudkan konsepsi beberapa pakar tersebut, humas pemerintah mengelola *Forum Merdeka Barat 9* sebagai salah satu strategi citra positif pemerintah melalui pendekatan dengan media.

Proses *media relations* yang terjadi dijaga seprofesional mungkin. Hal ini dibuktikan dengan tidak adanya amplop pada pelaksanaan FMB9. Tujuannya agar wartawan dapat merasakan bahwa berita yang dimiliki FMB9 memiliki nilai berita tinggi dan layak tampil sebagai headline tanpa perlu dibayar. FMB9 berupaya menghadirkan narasumber yang memiliki kredibilitas tinggi setingkat Menteri.

Media Sosial dan Humas

Petrauskas (2012:405) mengatakan bahwa “kemajuan teknologi mengubah cara interaksi pemerintah dengan warganya. Warga dimungkinkan untuk tahu lebih banyak dan turut berpartisipasi dalam pengambilan keputusan pemerintah melalui *e-demokrasi*”.

Perkataan Petrauskas (2012) menggambarkan keterbukaan informasi di era demokrasi. *Forum Merdeka Barat 9* telah hadir dengan konsep digital yakni penggunaan riset dengan *big data* dan pemanfaatan media sosial sehingga menjadi kebaruan dalam penelitian ini.

Humas pemerintah dinilai harus siap dengan perubahan untuk menyesuaikan dengan perkembangan new media (Purworini, 2017). Forum Merdeka Barat 9 sudah menggunakan new media seperti website resmi, Instagram, dan twitter.

Relasi Pemerintah dengan Media

Humas pemerintah penting untuk mengatur pemberitaan di media massa. “Munculnya berita di media massa sangat bergantung pada kepiawaian seorang petugas humas dalam menyiasati media massa” (Abdullah, 2004:4).

Humas pemerintah harus mampu menjaga hubungan dengan media. Media relations diartikan oleh Wardhani (2008:1) sebagai “aktivitas komunikasi humas untuk menjalin hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian pengertian, serta dukungan publikasi baik terhadap organisasi yang berimbang”. Menurutnya, humas wajib memiliki fungsi menyampaikan informasi kepada khalayak. Sayangnya, seringkali hubungan lembaga dan media hanya sebatas pada acara seremonial. Sehingga akhirnya timbul kesan negatif bahwa media hanya dicari oleh lembaga saat dibutuhkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Forum Group Discussion (FGD) untuk menggali data. Forum Gorup Discussion (FGD) menurut Kriyantono (2008:120) ialah “metode

pengumpulan data untuk sikap dan perilaku khalayak”. Penelitian berfokus mengetahui pendapat dan pemikiran jurnalis terkait program Forum Merdeka Barat 9.

Informan penelitian ini yakni 30 jurnalis yang tergabung dalam jurnalis FMB9. 30 jurnalis yang menjadi informan berasal dari media cetak, televisi dan online. Forum Group Discussion dilakukan dalam 3 sesi, yakni sekitar 7-8 orang di setiap sesi. Selanjutnya, pengambilan data dilakukan di ruangan tertutup dan dilengkapi perekam suara, perekam gambar. Selanjutnya, data ditranskrip dan dianalisis.

Analisa strategis dari program Forum Merdeka Barat 9 menggunakan analytical hierarchy process (AHP) dan SWOT Analisis.

Hasil evaluasi terhadap penilaian informan, diperoleh nilai perbandingan antar atribut yang ada dalam grup parameter IFAS dan EFAS, dimulai dari parameter IFAS, kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness), masing-masing dengan 5 atribut utama yang ada

Penelitian ini melakukan uji apakah ada perbedaan yang signifikan persepsi/pendapat yang dirasakan para peserta FGD terhadap aspek yang diukur, sebelum dan sesudah seluruh program FMB9 dilaksanakan.

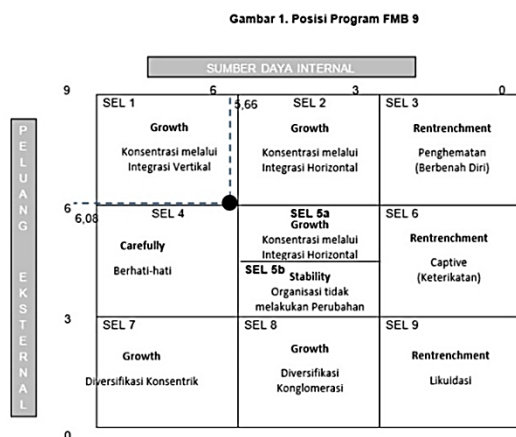
H₀: Tidak terdapat perbedaan yang dirasakan peserta antara sebelum dan sesudah pelaksanaan FMB9

H₁: Terdapat perbedaan yang dirasakan peserta antara sebelum dan sesudah pelaksanaan FMB9

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dari hasil EFAS dan IFAS dapat diketahui skor bobot EFAS adalah 6.08 dan IFAS adalah 5.66, maka jika dipadukan akan menghasilkan posisi program FMB saat ini. Berdasarkan hasil matriks dapat dilihat bahwa posisi program FMB pada kedudukan sel 2. Growth berupa konsentrasi melalui integrasi horizontal. Dalam posisi demikian maka Program FMB harus berupaya dioptimalkan perannya melalui integrasi antara penyelenggara, pembicara, dan saluran-saluran media yang dimiliki untuk membentuk positioning di dalam pelaksanaan dan penyelenggaraannya.



Hal ini dapat dijelaskan bahwa “memperhangat” merupakan atribut yang memerlukan effort lebih dalam melaksanakannya. Aliansi horizontal sangat diperlukan terutama dalam upaya membangun awareness dan branding FMB 9 agar dapat mengoptimalkan sebagai wadah dalam memperoleh sumber berita. Untuk posisi Program FMB 9 dapat dilihat pada grafik berikut:

Dari hasil matrik SWOT tersebut dapat dilihat bahwa Efektifitas FMB 9 sebagai wadah dalam memperoleh sumber berita diprioritaskan untuk melakukan dengan strategi yang agresif. Mengembangkan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki dalam memenangkan peluang dapat dikatakan sebagai strategi yang agresif dan terukur. Strategi ini memerlukan pemikiran yang analitis, yang terkonseptualisasi dalam hal-hal prioritas (jangka menengah dan pendek) untuk dijadikan acuan dalam menetapkan langkah, tindakan kuat dan taktik yang harus dilakukan secara terpadu.

Selanjutnya hasil FGD yang dilakukan terhadap representasi anggota dari beberapa jenis media yang berbeda (media televisi, media cetak dan media online) menggunakan aspek penilaian yang meliputi: kelengkapan, fokus, tepat waktu, kemudahan akses, kemudahan informasi, tidak diskriminasi, bebas lisensi, kejelasan informasi, selanjutnya akan digunakan pendekatan analisa kuantitatif untuk melihat seberapa efektif FMB9 ini sebagai wadah sumber informasi melalui pengujian perbedaan sebelum dan sesudah program FMB9.

Uji Chi Square

Adapun penjelasan metodologi pengujian perbedaan ini, secara umum adalah dengan menggunakan pendekatan uji Chi-Square terhadap table 2x2 dimana cell berisi jumlah (frekuensi - data nominal) terkait persepsi/pendapat dari peserta FGD terhadap terhadap efektifitas sumber

informasi yang mereka peroleh antara sebelum dan sesudah FMB9 dilaksanakan.

Chi square (χ^2) hitung sebesar 10,08 dengan (p -value =0,0065) dan dengan $\alpha=0,05$ (3x2) diperoleh nilai chi-square (χ^2) tabel sebesar 5,99 (chi-square (χ^2) hitung > chi-square (χ^2) table). Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pengujian H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat perubahan tingkat kelayakan sumber berita apabila dibandingkan antara sebelum dan sesudah program FMB9 dilakukan.

Hasil diperoleh nilai *chi-square* (χ^2) hitung melalui uji *Mc-Nemar* sebesar 8,64 dengan (p -value =0,0033) dan dengan $\alpha=0,05$ (2x2) diperoleh nilai *chi-square* (χ^2) tabel sebesar 3,84 (*chi-square*). (χ^2) hitung > *chi-square* (χ^2) table). Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pengujian H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat perubahan tingkat kepercayaan terhadap sumber berita apabila dibandingkan antara sebelum dan sesudah program FMB9 dilakukan.

nilai chi-square (χ^2) hitung melalui uji *Mc-Nemar* sebesar 11,08 dengan (p -value =0,0009) dan dengan $\alpha=0,05$ (2x2) diperoleh nilai chi-square (χ^2) tabel sebesar 3,84 (chi-square (χ^2) hitung > chi-square (χ^2) table). Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pengujian H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat perubahan kelengkapan informasi dari sumber berita apabila dibandingkan antara sebelum dan sesudah program FMB9 dilakukan.

Untuk kategori data sumber utama diperoleh nilai chi-square (χ^2) hitung melalui uji *Mc-Nemar* sebesar

4,27 dengan (p -value =0,04) dan dengan $\alpha=0,05$ (2x2) diperoleh nilai chi-square (χ^2) tabel sebesar 3,84 (chi-square (χ^2) hitung > chi-square (χ^2) table). Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pengujian H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat perubahan persepsi dimana sumber berita merupakan data dari sumber utama apabila dibandingkan antara sebelum dan sesudah program FMB9 dilakukan.

Untuk kategori tendensi diperoleh nilai chi-square (χ^2) hitung melalui uji *Mc-Nemar* sebesar 1,78 dengan (p -value =0,18) dan dengan $\alpha=0,05$ (2x2) diperoleh nilai chi-square (χ^2) tabel sebesar 3,84 (chi-square (χ^2) hitung > chi-square (χ^2) table). Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pengujian H_0 diterima, yang berarti bahwa belum terjadi perubahan persepsi dimana sumber berita bebas dari tendensi apabila dibandingkan antara sebelum dan sesudah program FMB9 dilakukan.

Untuk kategori diskriminasi diperoleh nilai chi-square (χ^2) hitung melalui uji *Mc-Nemar* sebesar 12,07 dengan (p -value =0,0005) dan dengan $\alpha=0,05$ (2x2) diperoleh nilai chi-square (χ^2) tabel sebesar 3,84 (chi-square (χ^2) hitung > chi-square (χ^2) table). Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pengujian H_0 ditolak, yang berarti bahwa terjadi perubahan persepsi dimana tidak ada tendensi dari sumber berita apabila dibandingkan antara sebelum dan sesudah program FMB9 dilakukan.

Untuk kategori ketepatan waktu diperoleh nilai *chi-square* (χ^2) hitung sebesar 2,86 dengan (p -value =0,239) dan dengan $\alpha=0,05$ (3x2) diperoleh

nilai *chi-square* (χ^2) tabel sebesar 5,99 (*chi-square* (χ^2) hitung > *chi-square* (χ^2) table). Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pengujian H_0 diterima, yang berarti bahwa belum terjadi perubahan yang signifikan terhadap persepsi ketepatan waktu dari sumber berita apabila dibandingkan antara sebelum dan sesudah program FMB9 dilakukan.

Untuk kategori keseluruhan aspek diperoleh nilai *chi-square* (χ^2) hitung sebesar 16,52 dengan (*p-value* =0,0003) dan dengan $\alpha=0,05$ (3x2) diperoleh nilai *chi-square* (χ^2) tabel sebesar 5,99 (*chi-square* (χ^2) hitung > *chi-square* (χ^2) table). Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pengujian H_0 ditolak, yang berarti bahwa terjadi perubahan yang signifikan terhadap sumber berita apabila dibandingkan antara sebelum dan sesudah program FMB9 dilakukan.

Pembahasan

Tentang FMB9

Hasil dari Forum Group Discussion (FGD) bersama 30 jurnalis, diketahui bahwa jurnalis memiliki asosiasi yang kuat terhadap opini bahwa FMB 9 merupakan forum buatan pemerintah yang berfungsi sebagai klarifikasi terhadap berita-berita yang sedang beredar di media dan masyarakat.

FMB9 bukan hubungan transaksional

Salah satu hal positif yang dipertahankan FMB9 ialah tidak memberikan amplop pada jurnalis. Tenaga Ahli Kemenkominfo Ratna mengungkapkan, "FMB ini bagus lho

ga ngasih amplop. Ini engga, ini bener-bener buat agar wartawan itu bahwa pemerintah punya berita bagus tanpa dijejelin uang" (Nuraini, R., komunikasi personal, 8 Oktober 2018)

Penuturan Ratna Nuraini mengungkap bahwa humas pemerintah melalui Forum Merdeka Barat 9 berupaya sangat profesional dalam membangun hubungan dengan jurnalis.

Proses media relations yang dijaga oleh Dirjen IKP Kemenkominfo salah satunya ialah dengan menghindari tindakan transaksional. Saat diadakan Forum Merdeka Barat 9, wartawan atau jurnalis tidak diberikan uang. Namun, tim humas pemerintah menggantinya dengan memberikan sejumlah seperti release yang sangat lengkap, souvenir, makan siang, dan sebagainya.

Jika fasilitas sudah terpenuhi, maka selanjutnya pemerintah membangun hubungan baik dengan media. Tenaga Ahli Kemenkominfo Andi Irman mengatakan, "Artinya, media relations itu harus memiliki pertemanan yang baik sama media. jadi kita gak boleh sama media itu ada Namanya transaksional. Itu loh, Kalau transaksional, kita selalu bayar media supaya dateng. Tapi kita ini engga, kita berteman, kita mendekat sama dia karena kita melakukan supply informasi. Kita juga bisa berteman sama mereka kalau mereka butuh data. Gitu.. " (Irman, A., komunikasi personal, 25 Oktober 2018)

Beberapa data tersebut menggambarkan bahwa relasi media dengan pemerintah semakin diperkuat dengan kehadiran FMB9 yang menjadikan jurnalis sebagai "partner" dari pemerintah. Adanya FMB9 memberikan ruang bagi jurnalis untuk

mendapatkan informasi dengan cepat, kredibel, edukatif, dan juga terkini.

Relasi Media dengan pemerintah

Penting bagi humas pemerintah untuk melakukan media relations. *Media relations* diartikan oleh Wardhani (2008, h.1) sebagai “aktivitas komunikasi humas untuk menjalin hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian pengertian, serta dukungan publikasi baik terhadap organisasi yang berimbang”. Artinya humas pemerintah memiliki fungsi menyampaikan informasi kepada khalayak. Hubungan yang baik antara media dengan pemerintah dapat dilakukan secara rutin, berkesinambungan, dan saling mengisi satu dan lain.

Jurnalis mengaku, kesulitan utama adalah kegagalan dalam mengejar informasi dari sisi narasumber pejabat pemerintah dan pencarian data literasi yang valid sesuai dengan fakta untuk kemudian dijadikan sebagai berita.

Oleh karena itu, keberadaan FMB 9 yang menghadirkan narasumber-narasumber utama dianggap dapat menjadi wadah penyelesaian masalah sulitnya jurnalis mendapatkan data informasi dari pemerintah, khususnya para pejabat level menteri. “FMB 9 ini efektif banget apalagi bisa bantu wartawan yang baru, buat akses ke narsum sekelas A1 itu udah bagus banget” (komunikasi personal, Jurnalis RRI Radio, Oktober 2018)

Selain itu, kesulitan dalam pencarian informasi aktual juga dapat

diakomodasi oleh FMB 9 yang berperan sebagai forum pemberian klarifikasi berita melalui penyajian dalam bentuk data-data yang valid. “Saat kita mau bikin laporan mendalam, itu dibutuhkan data-data. Di FMB 9 ini orang-orangnya sudah memberikan data-data yang lengkap buat bahan berita kita” (komunikasi personal, Jurnalis Pikiran Rakyat, Oktober 2018).

Jika dibandingkan dengan sebelumnya, ketersediaan berita dari sumber utama menjadi atribut faktor yang paling dirasakan lebih baik oleh media cetak, media online, maupun media televisi semenjak adanya FMB 9.

Jurnalis juga mengatakan, FMB9 telah menjadi solusi bagi kesulitan jurnalis mendapatkan informasi dari pemerintah, khususnya pejabat level Menteri. Keberadaan FMB9 dirasa sangat vital karena merupakan wujud relasi pemerintah dengan media.

“Hubungan media relations yang efektif adalah hubungan yang memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak” (Wardhani, 2008, h.7). Di satu sisi media mendapatkan informasi yang menarik, dan di sisi lain pemerintah akan tercapai tujuannya dalam menyebarkan informasi berharga kepada publik yang luas melalui media massa.

Humas pemerintah dalam hal ini Dirjen IKP Kemenkominfo telah berupaya selalu memberikan release berita yang cepat, menarik, dan juga sesuai dengan kebutuhan jurnalis.

Forum Merdeka Barat 9 sebagai sebuah relasi media dengan pemerintah. Tujuannya, pemerintah tidak hanya meminta media massa memberitakan berita positif, namun memberi ruang

bagi media untuk melakukan klarifikasi terkait program kerja pemerintah.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa strategi humas pemerintah membentuk Forum Merdeka Barat 9 telah memperkuat relasi pemerintah dengan media. Branding FMB9 masih kurang dikenal masyarakat sehingga perlu inovasi lebih lanjut.

Saran

FMB9 perlu memperkuat dan memperbanyak penggunaan media TV dan online dalam implementasi penyebaran berita dan upaya branding FMB9 dan pembentukan opini publik. Selanjutnya, FMB9 penting untuk memastikan bahwa implementasi untuk usia milenial dikemas dengan bahasa dan gaya psikografis. Media televisi dinilai sebagai sumber berita kredibel, untuk itu saluran visual FMB9 perlu diperbanyak agar terpercaya. Memastikan berita yang disajikan dengan data yang detail dan lengkap.

Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam terkait topik, materi, top speaker, ataupun release yang diproduksi FMB9.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. *Press relations: kiat berhubungan dengan media massa*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center & Glen M. Broom. 2007. *Effective Public relations Terjemahan*

oleh Tri Wibowo, B.S. Jakarta: Kencana.

- Kriyantono, R. 2008. *Public relations writing media public relations membangun citra korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Syuhada, K. D. 2018. *Etika media di era "post-truth"*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 75-79.
- Petrauskas, R. 2012. *E-democracy projects in the regions of Lithuania: evaluation aspects*. *Social Technologies*, 2(2), 404-419.
- Purworini, D. 2017. *Model informasi publik di era media sosial: Kajian grounded teori di pmda sukoharjo*. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 6(1), 3-14.
- Wardhani, D. (2008). *Media relations: Sarana membangun reputasi organisasi*. Graha Ilmu: Jakarta.
- Wahyono, E., Amalia, R., & Ranteallo, I. C. (2017). *Menelaah lebih dekat" post factual/post truth politics, studi kasus brexit"(analisis resensi media)*. *Journal of Communication*, 1(1), 23-31