

## Efektivitas Strategi *Media Relations* Badan Restorasi Gambut dan Mangrove dalam Menjaga Hubungan Media untuk Pemberitaan Positif di Media Online

Kalila Aini Turisna<sup>1</sup>, Bayu Suriaatmaja Suwanda<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Vokasi IPB University, Indonesia

Email: [kalila.aini24@gmail.com](mailto:kalila.aini24@gmail.com)<sup>1</sup>, [bayu.suwanda@apps.ipb.ac.id](mailto:bayu.suwanda@apps.ipb.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Kemajuan teknologi informasi telah mendorong perubahan dalam strategi komunikasi lembaga, termasuk dalam membangun hubungan media. Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM) sebagai lembaga pemerintah yang bergerak di bidang restorasi lingkungan, memanfaatkan strategi *media relations* untuk menyampaikan informasi kepada publik dan menjaga citra lembaga melalui pemberitaan online. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas strategi *media relations* BRGM dalam menjaga hubungan dengan media melalui model komunikasi *Two Way Symmetric*. Model ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang saling menguntungkan antara lembaga dan media. BRGM aktif menjalin komunikasi dua arah dengan media melalui kegiatan seperti *media gathering*, *press conference*, *media visit*, rapat evaluasi kerja, dan pelatihan jurnalistik. Penelitian ini menunjukkan bahwa BRGM menerapkan komunikasi *Two Way Symmetric* dalam strategi *media relations* untuk menjaga hubungan baik dengan media sehingga mendorong pemberitaan positif di media online.

**Kata Kunci:** *Media Online, Media Relations, Strategi, Two-Way Symmetric.*

### *The Effectiveness of Media Relations Strategy by Badan Restorasi Gambut dan Mangrove in Maintaining Media Relations for Positive Coverage in Online Media*

### Abstract

*Advancements in information technology have transformed communication strategies within organization, particularly in building relationships with the media. Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM) as a government institution focused on environmental restoration, utilizes media relations strategies to disseminate information to the public and maintain a positive institutional image. This study aims to examine the effectiveness of BRGM's media relations strategy in maintaining media relations through the Two Way Symmetric communication model. This model enables mutually beneficial two way communication between the organization and the media. BRGM actively engages in two way communication through activities such as media gathering, press conference, media visits, work evaluation meetings, and journalism training. This study shows that BRGM applies the Two Way Symmetric communication model in its media relations strategy to maintain good relationships with the media, thereby encouraging positive coverage in online media.*

**Keywords:** *Online Media, Media Relations, Strategy, Two-Way Symmetric.*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah mendorong perubahan gaya hidup menjadi serba digital, menjadikan media sebagai saluran utama dalam menyebarkan informasi dan membentuk opini public (Cholik 2021). Peran seorang *public relations* (PR) di era digital semakin krusial dalam membangun citra lembaga melalui pemanfaatan media. Seorang PR dituntut memiliki kemampuan adaptif, digital, serta menjalin relasi strategis dengan media guna memastikan pesan lembaga tersampaikan secara luas dan tepat sasaran (Putra 2020). Strategi *media relations* pun menjadi kunci penting dalam membangun relasi yang baik dengan media, guna menciptakan citra positif Lembaga (Hermawan 2020; Dewi, *et.al.*, 2024).

Strategi *media relations* yang efektif tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada Pembangunan hubungan yang berkelanjutan dengan media sebagai mitra strategis. *Media relations* berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara Lembaga dan publik sehingga media menjadi kanal utama dalam menyampaikan kebijakan, capaian, serta isu strategis kepada masyarakat luas. Pendekatan komunikasi diperlukan dengan mengedepankan dialog serta keterbukaan informasi agar tercipta hubungan yang saling menguntungkan.

Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM) sebagai Lembaga pemerintah yang focus pada restorasi ekosistem, memerlukan strategi komunikasi yang kuat agar program dan capaian mereka dikenal public. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah *media relations* untuk hubungan kolaboratif dengan media guna mendukung publikasi kegiatan dan kebijakan restorasi (Sahaja 2024).

BRGM menerapkan model komunikasi *Two Way Symmetric* sebagaimana dikemukakan oleh Grunig (1984) dalam Apriyani *et al.* (2020) yaitu komunikasi dua arah yang saling menguntungkan dan berbasis dialog. Model komunikasi ini menjadikan BRGM tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendengarkan kebutuhan media, menciptakan relasi yang profesional dan berbasis kepercayaan. Strategi ini menjadi sangat relevan di era digital yang menuntut transparansi dan kecepatan informasi dalam pemberitaan melalui media online. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kajian Nuraini Sahaja (2024) yang menunjukkan pentingnya strategi *media relations* BRGM dalam menjalin relasi positif dengan media. Penelitian ini juga merujuk pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Apriyani *et al.* (2020) mengenai implementasi komunikasi *Two Way Symmetric* di institusi pemerintah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada tiga hal utama. Pertama, kegiatan kehumasan BRGM dalam menjaga reputasi lembaga melalui hubungan media yang dijalin secara berkelanjutan. Kedua, efektivitas strategi *media relations* BRGM dalam menjaga relasi dengan media melalui model *Two Way Symmetric* untuk pemberitaan positif di media online. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi efektivitas strategi *media relations* BRGM dengan focus pada model komunikasi *Two Way Symmetric* digunakan untuk menjaga hubungan baik dengan media untuk pemberitaan positif di media online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas strategi *media relations* yang diterapkan BRGM dalam menjaga hubungan media melalui model komunikasi *Two Way Symmetric*, serta efektivitas berbagai kegiatan *media relations* dalam menjaga komunikasi yang harmonis dan profesional antara BRGM dan media untuk menghasilkan pemberitaan yang positif dan menjaga reputasi lembaga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya strategi komunikasi yang berbasis pada keseimbangan dan

transparansi dalam menjalin hubungan dengan media untuk membangun citra lembaga yang positif dan terpercaya.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif untuk memahami fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan yang dideskripsikan dalam bentuk kalimat serta menggambarkan kondisi yang sebenarnya (Fiantika *et al.* 2022). Jenis penelitian ini menggambarkan dan memahami strategi *media relations* Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM) dalam menjaga hubungan dengan media melalui model *Two Way Symmetric* untuk pemberitaan positif di media *online*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Gambaran Umum Badan Restorasi Gambut dan Mangrove*

Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM) merupakan Lembaga nonstruktural yang dibentuk oleh Presiden Republik Indonesia dengan mandat utama mempercepat restorasi ekosistem gambut dan rehabilitasi mangrove. Lembaga ini merupakan kelanjutan dari Badan Restorasi Gambut (BRG) yang dibentuk pada 2016 sebagai respons atas kebakaran hutan dan lahan besar tahun 2015. Pada tahun 2020, mandat BRG diperluas menjadi BRGM melalui Peratiran Presiden Nomor 120 Tahun 2020 yang mencakup rehabilitasi mangrove di Sembilan provinsi target. BRGM telah memfasilitasi restorasi sekitar 1,6 juta hektar lahan gambut dan rehabilitasi sekitar 84.396 hektar ekosistem mangrove.

### *Analisis Kegiatan Kehumasan Badan Restorasi Gambut dan Mangrove dalam Menjaga Reputasi Lembaga*

Kegiatan kehumasan memiliki peran penting dalam membangun citra positif dan hubungan yang baik antara lembaga dan publik. Kegiatan ini dianalisis melalui pendekatan *PENCILS* yang dikemukakan oleh Kriyantono (2021) mencakup *publicity, events, news, community, involvement, identity media, lobbying, dan social investment*.

#### 1. *Publication*

Humas BRGM menyebarkan informasi tentang program dan kegiatan lembaga melalui media sosial dan website resmi. Kanal ini digunakan untuk memperkenalkan profil lembaga, rencana kerja, serta menyampaikan informasi layanan kepada public. Informasi ini disajikan dalam bentuk konten menarik di berbagai platform seperti X, Facebook, dan TikTok.

#### 2. *Events*

Humas BRGM turut serta dalam kunjungan rutin ke lapangan yang dilakukan oleh pimpinan lembaga. Kegiatan ini menjadi momen strategi untuk mendokumentasikan dan menyampaikan secara langsung aktivitas dan capaian BRGM kepada publik.

#### 3. *News*

Humas BRGM bertanggung jawab membuat siaran pers dari setiap kegiatan, lalu mendistribusikannya ke media dan masyarakat. Hal ini dilakukan untuk menjaga keterbukaan informasi dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap kinerja BRGM. Informasi yang konsisten dan akurat menjadi kunci dalam membangun citra positif Lembaga.

#### 4. *Community involvement*

Humas BRGM mendorong partisipasi dari komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kegiatan. Salah satu bentuknya adalah Sekolah Lapang Masyarakat Mangrove di Natuna yang dilakkan melalui kerja sama dengan TNI AU. Kegiatan ini menunjukkan komitmen BRGM dalam mengedukasi dan menggerakkan partisipasi masyarakat.

#### 5. *Identity Media* atau *Media relations*

*Identity media* atau *media relations* merupakan bagian dari peran Humas BRGM dalam menjalin serta menjaga hubungan yang harmonis dengan pihak media. Humas BRGM menjalin hubungan baik dengan media sejak 2021 dan kegiatan ini menjadi rutin sejak 2023. Kegiatan *media relations* yang dilakukan antara lain *media gathering*, *press conference*, *press release*, *office tour*, rapat evaluasi kerja, hingga media monitoring.

#### 6. *Lobbying* atau negosiasi

Upaya *lobby* dan negosiasi yang dilakukan oleh Humas BRGM ditujukan kepada perusahaan media, dengan tujuan agar instansi ini memperoleh pemberitaan yang menguntungkan melalui narasi positif.

#### 7. *Social Investment*

*Social investment* dijalankan melalui program-program yang mendukung kesejahteraan sosial masyarakat di sekitar wilayah kerja BRGM untuk menunjukkan tanggung jawab sosial lembaga dalam jangka panjang.

### ***Efektivitas Strategi Media relations Badan Restorasi Gambut dan Mangrove dalam Menjaga Hubungan Media untuk Pemberitaan Positif di Media Online***

Strategi *media relations* BRGM menggunakan model komunikasi *Two Way Symmetric* yang memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara humas dan media, bukan hanya penyampaian pesah sepihak. Model ini efektif dalam membangun hubungan timbal balik dan mendukung pemberitaan positif lembaga di media online. Humas BRGM secara aktif membangun komunikasi yang saling menguntungkan, memperhatikan masukan dari media, serta berupaya menjaga keterbukaan informasi.

*Media relations* BRGM diterapkan melalui beberapa strategi, diantaranya *media gathering*, *office visit*, *press conference*, rapat evaluasi kerja, dan pelatihan jurnalisme. *Media gathering* dilakukan dengan melibatkan jurnalis guna memperkuat kepercayaan dan memberikan pemahaman langsung terhadap situasi aktual. Humas BRGM menyatakan bahwa kegiatan ini juga menjadi sarana diskusi terbuka, bahkan jika ada kondisi lapangan yang kurang ideal. Strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas BRGM antara lain:

#### 1. *Media gathering*

Strategi ini dilakukan dengan mengundang jurnalis ke lapangan agar mereka dapat melihat langsung kondisi dan proses restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove. Tujuan dari kegiatan ini adalah memperkuat hubungan personal, menciptakan komunikasi yang dua arah, dan membangun kepercayaan. Suasana informal ini mendukung diskusi terbuka antara BRGM dan jurnalis. Adanya pendekatan ini, pemberitaan menjadi lebih akurat karena wartawan memahami situasi di lapangan secara langsung.

#### 2. *Office visit*

*Office visit* yang dilakukan oleh humas BRGM dengan kunjungan langsung ke kantor media seperti MNC dan Tempo. Strategi ini bertujuan menjalin relasi yang lebih personal dengan redaksi, memperkenalkan lembaga secara langsung, serta membuka

ruang diskusi terkait isu atau pemberitaan yang muncul. BRGM tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima umpan balik dan klarifikasi, memperkuat kerja sama yang bersifat jangka panjang. Strategi ini mencerminkan penerapan komunikasi dua arah yang sejajar dan saling mendukung.

### 3. *Press conference*

BRGM secara aktif mengadakan konferensi pers untuk menyampaikan program, klarifikasi isu, atau capaian Lembaga. Salah satu contoh adalah konferensi pers program M4CR di Riau yang melibatkan media dalam diskusi terbuka mengenai rehabilitasi mangrove. BRGM memberikan kebebasan kepada media untuk menulis berita sesuai dengan kondisi lapangan. Strategi ini memperlihatkan sikap terbuka BRGM terhadap kritik dan dialog publik.

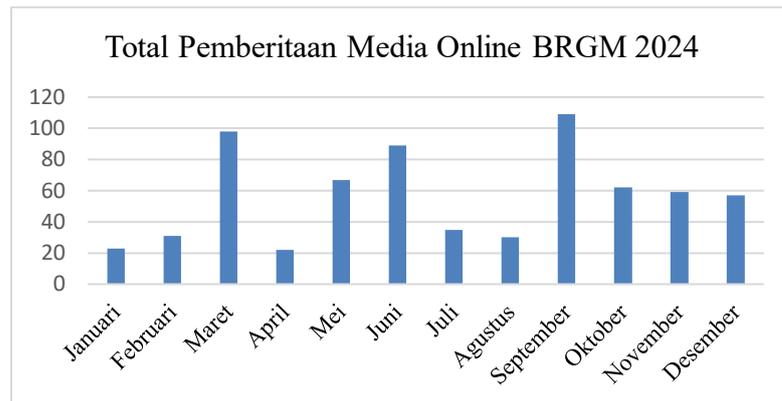
### 4. Rapat evaluasi kerja

BRGM mengundang media untuk meliput rapat evaluasi bulanan yang diadakan di berbagai provinsi untuk menjaga transparansi dan akuntabilitas. Salah satu dari rapat evaluasi kerja adalah rapat evaluasi program M4CR di Kalimantan Timur. Media melakukan wawancara langsung atau *doorstop interview* dengan manajer proyek untuk memperoleh informasi resmi. Kegiatan ini memungkinkan public menerima informasi yang kredibel dan meningkatkan legitimasi kinerja BRGM di mata Masyarakat. BRGM juga melakukan pemantauan pemberitaan dari media yang hadir untuk memastikan pesan tersampaikan secara tepat.

### 5. Pelatihan jurnalisme

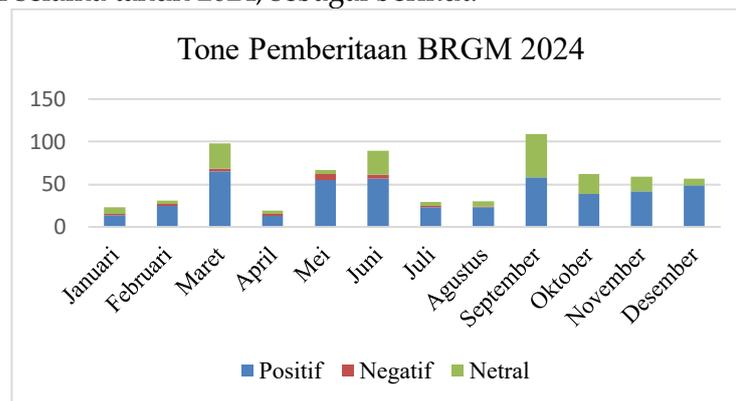
Pelatihan jurnalisme diinisiasi oleh BRGM dengan melibatkan humas dari berbagai organisasi keagamaan. Tujuannya adalah membangun kapasitas peserta dalam menyampaikan informasi publik secara baik serta mendorong narasi pelestarian lingkungan yang berbasis pada nilai keagamaan. Strategi ini tidak hanya memperluas jejaring komunikator public, tetapi juga memperkuat citra positif BRGM melalui pemberdayaan masyarakat sipil. Adanya pelatihan ini, Lembaga membina mitra strategi yang dapat menyampaikan pesan restorasi gambut dan mangrove kepada publik secara luas.

Adanya strategi *media relations* dengan komunikasi dua arah, BRGM berupaya menjaga hubungan yang baik dengan media untuk mendorong pemberitaan positif pada media online. Upaya ini dapat dilihat dari media monitoring yang dilakukan oleh humas BRGM setiap hari dan direkap secara bulanan maupun tahunan. Salah satu indikator keberhasilan strategi *media relations* dinilai dari jumlah pemberitaan positif yang tercatat dalam hasil monitoring tersebut. Hasil media monitoring ini menjadi tolak ukur bagi humas BRGM dalam merencanakan pemberitaan di bulan berikutnya. Adapun total pemberitaan melalui media online terkait BRGM pada tahun 2024, sebagai berikut:



Gambar 1 Total Pemberitaan Media Online BRGM 2024

Berdasarkan Gambar 1, jumlah pemberitaan mengalami fluktuasi setiap bulannya. Pemberitaan ini mencakup berbagai media yang melaporkan kegiatan restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove. Selama tahun 2024, tercatat total 682 berita, dengan topik yang diangkat meliputi isu restorasi gambut, percepatan rehabilitasi mangrove, serta berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh BRGM. Adapun rekapitulasi tone pemberitaan yang didapat oleh BRGM selama tahun 2024, sebagai berikut:



Gambar 2 Tone Pemberitaan Media Online BRGM 2024

Berdasarkan Gambar 2, total pemberitaan mengenai BRGM yaitu 682 berita dengan pemberitaan tone positif sebanyak 462, pemberitaan tone negative sebanyak 23, dan 197 pemberitaan tone netral. Persentase pemberitaan positif yang mencapai sekitar 68% menunjukkan bahwa strategi *media relations* yang dijalankan oleh BRGM cukup efektif, meskipun masih belum mencapai target humas BRGM dengan pemberitaan positif sebanyak 75%.

Maka, rekomendasi strategi *media relations* yang dapat dilakukan oleh BRGM yaitu pertama, mengadakan media briefing bulanan secara online melalui Zoom dan disiarkan langsung di Youtube resmi BRGM. Kegiatan ini bertujuan untuk menyampaikan informasi terkini mengenai program restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove secara terbuka dan konsisten kepada jurnalis, guna mencegah disinformasi. Kegiatan ini selain melibatkan media nasional, Humas BRGM juga disarankan untuk melibatkan media lokal guna memperluas jangkauan pesan dan memperkuat persepsi public di wilayah target restorasi. Strategi Hubungan media yang terencana dan berkelanjutan ini diharapkan mampu

meningkatkan eksposur positif serta dukungan publik terhadap BRGM. Kedua, BRGM perlu mengoptimalkan penggunaan kanal digital yang telah dimiliki seperti media sosial resmi agar konten yang dipublikasikan tidak hanya bersifat informatif untuk publik tetapi juga menarik untuk dijadikan referensi oleh media dalam pembuatan berita.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan kehumasan BRGM telah dilakukan melalui berbagai strategi yang mengacu pada teori *PENCILS* dan mendukung untuk menjaga citra positif lembaga serta kemitraan strategis dengan media. Strategi *media relations* yang diterapkan BRGM terbukti cukup efektif dalam membangun hubungan dengan media serta mendorong pemberitaan positif terkait kinerja lembaga melalui media online, terutama dalam restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove. Efektivitas ini terlihat dari capaian 65% pemberitaan positif di media online selama tahun 2024, walaupun angka tersebut belum memenuhi target humas BRGM dalam pemberitaan positif, capaian ini mencerminkan bahwa strategi yang dijalankan telah mengarah pada hasil yang konstruktif dan memperkuat reputasi lembaga di ruang publik digital. Penggunaan model komunikasi *Two Way Symmetric* juga mendukung keberhasilan ini karena adanya komunikasi timbal balik dan terbuka antara BRGM dan media. Strategi *media relations* BRGM dapat dikategorikan cukup efektif, meskipun masih diperlukan penguatan dan optimalisasi strategi agar mampu mencapai target yang ditetapkan secara lebih konsisten.

Untuk mengoptimalkan strategi *media relations*, BRGM perlu memperkuat aktivitas kehumasan secara lebih menyeluruh, termasuk melalui pelaksanaan *media briefing* rutin secara daring setiap bulan dengan melibatkan media nasional dan lokal. Selain itu, pengelolaan kanal digital seperti media sosial juga perlu ditingkatkan dengan menyajikan konten yang tidak hanya informatif bagi publik, tetapi juga menarik bagi jurnalis sebagai sumber pemberitaan, sehingga Humas BRGM mencapai target pemberitaan positif di media online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. 2021. Memahami teknik pengolahan dan analisis data kualitatif. *Jurnal: Palangka Raya International dan National Conference on Islamic Studies*. 1(1): 177-184.
- Apriyani E, Amrullah MN, Hatta H. 2020. Komunikasi *Two-Way Symetric* Dalam Menjalin Hubungan *Public Relations* Dengan Media (Studi Pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa). *Jurnal Washiyah*. 1(3): 506-507.
- Cholik, CA. 2021. Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT Dalam Berbagai Bidang. *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan*. 2(2):39-46.
- Dewi, A. F., Sari, A. N., & Assingkily, M. S. (2024). The Use of Virtual Reality (VR) as a Learning Media to Improve the Virtual Tour Experience in the Sharia Tourism Study Programme. *Cendekiawan: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 3(3), 530-538. <https://www.zia-research.com/index.php/cendekiawan/article/view/264>.
- Grunig, JE, Hunnt, T. 1984. *Managing Public Relations*. New York: CBS College Publishing
- Fiantika FR *et al.* 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Depok: Get Press
- Hermawan E. 2020. Strategi *Public Relations* Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dalam Membangun *Media Relations*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 5(2): 142. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1028>.
- Kriyantono R. 2021. *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: Kencana.
- Putra VR. 2020. Strategi *Public Relations* Melalui Media Monitoring dalam Manajemen Reputasi PT. Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk [skripsi]. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Sahaja, N. 2024. Strategi *media relations* Humas Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM) Indonesia Dalam Pemberitaan Isu Lingkungan [skripsi]. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.