



## Strategi *Media Relations* Fraksi Partai Amanat Nasional dalam Meningkatkan Citra di Era Pemerintahan Presiden Prabowo Subianto

Fina Malika Azmi<sup>1\*</sup>, Siska Yuningsih<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Email: [finamalika08@gmail.com](mailto:finamalika08@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [siska.yuningsih@umj.ac.id](mailto:siska.yuningsih@umj.ac.id)<sup>2</sup>

Alamat: Jl. Cemp. Putih Tengah No.27, RT.11/RW.5, Cemp. Putih Tim., Kec. Cemp. Putih, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia 10510

\*Penulis Korespondensi

**Abstract.** *This research explores the Media Relations strategies implemented by the Partai Amanat Nasional (PAN) faction in the context of political communication during the administration of President Prabowo Subianto. Building a positive image in politics through effective relationships with the mass media is essential. The purpose of this study is to identify the strategies employed by the PAN faction in managing relations, developing strategies, and expanding networks with the media. The public image of the PAN faction is shaped through media coverage. This research applies Media Relations strategy theory, which includes managing relationships, developing strategies, and network building, as well as image formation theory, which encompasses perception, cognition, motivation, and attitude. A qualitative method with a descriptive study approach was used, and data were collected through interviews and documentation. The findings reveal that 1.) The PAN faction actively engages in communication through media gatherings, press conferences, doorstep interviews, advertorial collaborations, and media involvement in discussions. 2.) The faction disseminates information using both conventional and digital media, emphasizing engagement and transparency. 3.) PAN also builds partnerships with external organizations through audience meetings, seminars, training, and discussions as efforts to expand its communication network. 4.) Supporting factors include the openness of the media team and the availability of communicative spokespersons, while obstacles arise from the rapidly changing dynamics of social media and limited control over external media content. 5.) The National Mandate Party faction builds its image through strategic and responsive communication across both digital and traditional media. However, challenges remain in achieving evenly distributed information, particularly when overly reliant on public figures.*

**keywords:** *Image; Media Relations; PAN Faction; Public Relations; Stakeholder.*

**Abstrak.** Penelitian ini membahas strategi *Media Relations* yang diterapkan oleh Fraksi Partai Amanat Nasional dalam konteks komunikasi politik pada era pemerintahan Presiden Prabowo Subianto. Membangun citra dalam politik melalui hubungan yang baik media massa sangatlah penting. Media berperan membentuk opini publik dan persepsi politik masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh Fraksi PAN dalam mengelola relasi, mengembangkan strategi, serta memperluas jaringan dengan media massa, citra Fraksi PAN terbentuk di mata masyarakat melalui pemberitaan media. Penelitian ini menggunakan teori strategi *Media Relations*, yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi, mengembangkan jaringan dan teori proses pembentukan citra yaitu persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif, Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1.) Fraksi PAN aktif menjalin komunikasi melalui media gathering, press conference, doorstep, kolaborasi advertorial, dan pelibatan media dalam diskusi. Dalam menyebarkan informasi, 2.) Fraksi PAN memanfaatkan media konvensional maupun digital dengan pendekatan yang berbasis engagement dan transparansi. 3.) Fraksi PAN juga membangun kerja sama dengan organisasi eksternal melalui kegiatan audiensi, seminar, pelatihan, dan diskusi sebagai upaya memperluas jaringan komunikasi. 4.) Faktor pendukungnya adalah keterbukaan tim media dan ketersediaan juru bicara yang komunikatif, sementara hambatannya berasal dari dinamika media sosial yang cepat berubah dan kurangnya kendali atas isi pemberitaan dari pihak eksternal. 5.) Fraksi Partai Amanat Nasional membangun citra melalui strategi komunikasi yang terarah dan responsif, baik di media digital maupun konvensional. Namun, masih terdapat tantangan dalam pemerataan informasi yang ideal, terutama terlalu bergantung pada figur publik.

**Kata Kunci:** Citra; Fraksi PAN; Hubungan Masyarakat (Humas); Hubungan Media; Pemangku Kepentingan.

## 1. LATAR BELAKANG

Lembaga pemerintah memerlukan adanya pengelolaan yang baik dengan *stakeholders* Khususnya *Stakeholders* eksternal. Lembaga pemerintah memerlukan adanya Kerja sama dan membangun hubungan yang baik dengan *stakeholders* eksternal untuk membangun citra, transparansi serta dukungan terhadap Lembaga. Menjalin hubungan dengan *stakeholders* membantu memastikan bahwa kebijakan-kebijakan yang telah dibuat atau ditetapkan sudah sesuai dengan kebutuhan Masyarakat. Selain itu juga keterlibatan *stakeholders* eksternal dapat membantu memperkuat kredibilitas dan juga membangun kepercayaan terhadap Lembaga (Bachtiar et al., 2024).

*Stakeholders* eksternal adalah individual atau kelompok di luar dari organisasi seperti masyarakat, organisasi non pemerintah, serta wartawan, media atau Lembaga pemerintah yang memiliki kepentingan, pengaruh dan memiliki keterlibatan dengan organisasi atau Lembaga pemerintah, tetapi tidak berpartisipasi secara langsung mengenai kegiatan di dalam internal organisasi atau Lembaga. Mengidentifikasi dan memahami *stakeholders* sangat penting untuk penciptaan dan komunikasi nilai yang efektif karena penciptaan dan pemahaman nilai hanya dapat terjadi jika para *stakeholders* berkomunikasi secara seimbang dan saling menguntungkan kedua belah pihak (Harrison et al., 2019).

Media berperan sebagai pemangku kepentingan yang memegang peran yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan *Public Relations* baik di pemerintah maupun non pemerintah. Media atau pers di negara-negara maju menjadi kekuatan keempat (*the fourth state*) setelah edukatif, legislatif, dan yudikatif (Sinaga et al., 2020). Hal ini menunjukkan betapa besar pengaruh media dalam membentuk opini publik terhadap Lembaga. Karena itu hubungan yang baik antara pemerintah dengan media sangat penting untuk menciptakan komunikasi yang efektif, memastikan bahwa pesan yang telah disampaikan ke Masyarakat dapat dipahami dengan baik, serta mencegah kesalahpahaman dalam penyebaran informasi.

Menteri Pemberdayaan Aparatur Dan Reformasi Republik Indonesia menetapkan peraturan Menteri PAN-RB Nomor 55 Tahun 2011 mengenai pedoman umum penyelenggaraan hubungan dengan media di lingkungan pemerintahan yang bertujuan membimbing instansi pemerintah dalam menjalin hubungan yang efektif dengan media. Peraturan ini menekankan keterbukaan informasi, akuntabilitas, serta peran media dalam menyebarluaskan kebijakan pemerintah. Di dalamnya diatur mekanisme berkomunikasi, termasuk peran pejabat humas dalam mengelola hubungan dengan media.

Dengan pedoman ini, pemerintah diharapkan dapat meningkatkan transparansi, membangun kepercayaan publik, serta memastikan bahwa penyampaian informasi yang objektif dan akurat (Kementerian PAN & RB RI, 2011).

*Media Relations* merupakan bagian dari strategi komunikasi organisasi yang melibatkan publikasi *press release*, penyelenggaraan konferensi pers, serta membangun hubungan yang baik dengan para media melalui *media gathering* dan fasilitas *media center* hal ini dilakukan agar memastikan bahwa pesan politik yang disampaikan agar dapat diterima secara jelas dan akurat oleh Masyarakat (Fadhilla & Pradana, 2023). Lembaga pemerintah yang memerlukan adanya hubungan dengan media salah satunya adalah Fraksi PAN. Menjalin hubungan dengan para media atau *Media Relations* dalam fraksi PAN dilakukan oleh *Public Relations* atau tim media Fraksi PAN yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, kebijakan, dan aspirasi kepada publik secara efektif.

Menurut Minan Jauhari *Public Relations* merupakan bagian dari komunikasi yang didalamnya terdapat model dan Teknik komunikasi yang beragam, dan didalam kegiatannya terdapat suatu usaha mewujudkan hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya (Jauhari, 2021). *Public Relations* Fraksi PAN bertanggung jawab dalam Menyusun siaran pers, mengelola wawancara dengan media, serta menjalin kerja sama dengan para wartawan dan media massa untuk memastikan pesan yang disampaikan jelas. Peran *Public Relations* sangat penting dalam mengelola komunikasi antara organisasi dan publik guna membangun citra yang positif di mata Masyarakat serta dapat mencapai tujuan organisasi. Selain itu juga, *Public Relations* berfungsi dalam menjalin hubungan dengan *stakeholders* baik internal ataupun eksternal serta memastikan komunikasi yang dijalankan efektif. Tidak hanya sebatas menyebarkan informasi, tetapi juga memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan atau dibangun dapat mendukung kepentingan organisasi secara strategi ataupun berkelanjutan. Media memiliki peran ganda dalam pekerjaan yang dilakukan oleh *Public Relations* yaitu sebagai saluran informasi sekaligus mitra yang strategis dalam membentuk opini publik (Hafizah, 2021). Dengan adanya media menjadi faktor kunci sebagai keberhasilan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi yang dapat memberikan dampak positif bagi pencapaian tujuan Lembaga secara keseluruhan.

Menurut Sam Black dan Melvin *Media Relations* adalah hubungan antara organisasi dengan media massa (radio, televisi, media cetak, *online*) secara dua arah atau dua pihak (Sambo, 2019). Media merupakan sarana penghubung antara *Public Relations* dengan publik internal maupun eksternal dalam membantu pencapaian tujuan organisasi atau Lembaga.

Menjaga relasi dengan media massa sangat diperlukan melalui hubungan yang baik dengan media membuat organisasi memiliki kesempatan untuk mendengarkan dan berkomunikasi dengan publik hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap Lembaga.

Fraksi PAN beranggapan bahwa media adalah pilar demokrasi yang memegang peran penting dalam menyampaikan informasi kepada publik. Oleh karena itu, membangun hubungan baik dengan media menjadi prioritas, karena informasi yang disampaikan akan memengaruhi perspektif publik terhadap partai. Hubungan yang baik antara fraksi dan media berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang efektif, memastikan bahwa informasi yang diterima masyarakat akurat dan transparan. Dengan keterlibatan media yang optimal, pesan-pesan politik Fraksi PAN dapat lebih mudah dan cepat tersampaikan kepada publik, sehingga meningkatkan kepercayaan serta dukungan masyarakat terhadap partai.

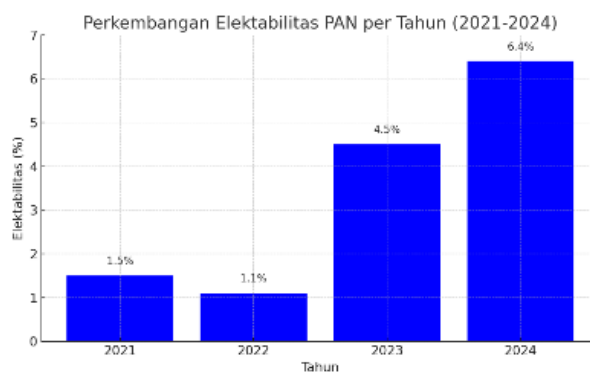
Untuk menjalankan kewajiban untuk penyebaran informasi kepada masyarakat, *Public Relations* memerlukan bantuan dari media untuk melancarkan penyebaran informasi kepada publik. Oleh karena itu media memiliki kelebihan tersendiri dalam penyebaran informasi media dapat dimanfaatkan untuk pengembangan informasi. Hal tersebut menjadi pendorong bagi *Public Relations* dalam bekerja sama dengan media (Dominica et al., 2022).

Keberhasilan *Media Relations* bergantung pada kemampuan organisasi atau Lembaga dalam membangun relasi jangka Panjang dengan media serta memanfaatkan berbagai platform komunikasi yang ada (Annisa, 2022). Fraksi PAN juga menggunakan berbagai *platform* media, baik digital maupun konvensional, untuk menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan publik. *Platform digital* yang digunakan antara lain *Instagram, Twitter/X, TikTok, YouTube*, serta *website* dan *email* resmi fraksi. Sementara itu, media konvensional yang dimanfaatkan meliputi media cetak, siaran televisi nasional, dan media internal parlemen. Melalui pendekatan ini, Fraksi PAN berupaya memperluas jangkauan informasi serta memastikan transparansi dalam setiap aktivitas komunikasinya.

Prabowo Subianto dilantik sebagai Presiden Republik Indonesia pada 20 Oktober 2024, bersama dengan Gibran Rakabuming Raka sebagai Wakil Presiden di Gedung Nusantara MPR/DPR/DPD RI, Jakarta. Sebagai pemimpin baru, Prabowo membawa visi dan gaya komunikasi politik yang berbeda dari pemerintahan sebelumnya, terutama dalam strategi *Media Relations* Pendekatan ini terlihat dari upayanya membangun citra kuat melalui narasi kebangsaan, penggunaan media sosial secara aktif, serta menjalin hubungan yang lebih terbuka dan strategis dengan berbagai media massa. Selain itu, ia juga menunjukkan keseriusan dalam mengelola opini publik dengan melibatkan juru bicara yang kredibel dan merespons isu-isu sensitif secara cepat dan terukur.

Presiden Prabowo menegaskan pentingnya peran media dalam menjaga kebebasan pers dan mencegah penyebaran hoaks yang dapat mengancam persatuan bangsa. Melalui akun Instagram resminya, Prabowo bertemu dengan pimpinan redaksi untuk menekankan peran media sebagai pilar demokrasi dan transparansi kebijakan pemerintah. Prabowo menyoroti pentingnya kolaborasi antara pemerintah dan media guna memastikan masyarakat mendapatkan informasi yang akurat dan kredibel. Selain itu, sinergi yang kuat antara kedua pihak diharapkan menciptakan ekosistem informasi yang sehat serta meningkatkan kesadaran publik. Pertemuan ini bertujuan mempererat hubungan pemerintah dan media agar lebih berkontribusi dalam pembangunan nasional dan menciptakan masyarakat yang lebih melek informasi (Rasyid, 2025)

Berbagai berita positif mengenai Fraksi PAN di atas menunjukkan bahwa hubungan yang dibangun oleh Fraksi PAN dengan media sangat baik dalam membentuk citra positif partai. Peran aktif fraksi PAN dalam menyuarakan aspirasi Masyarakat serta mendorong kebijakan yang berpihak kepada rakyat. Respon positif yang ditunjukkan oleh Masyarakat terhadap fraksi PAN dapat meningkatkan kredibilitas fraksi di mata Masyarakat. Dukungan luas yang diberikan oleh Masyarakat terhadap fraksi PAN menunjukkan bahwa kebijakan yang fraksi PAN lakukan sejalan dengan kebutuhan yang diperlukan oleh Masyarakat. Hal ini tidak hanya membangun citra PAN sebagai partai yang peduli dengan kepentingan rakyat, tetapi juga memperkuat keyakinan Masyarakat terhadap komitmen yang dibuat oleh fraksi PAN dalam menciptakan kebijakan yang efektif dan berdampak nyata bagi rakyat.



**Gambar 1.** Perkembangan Elektabilitas Fraksi Partai Amanat Nasional

Elektabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kepercayaan dan harapan terhadap kinerja serta integritas partai. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa citra positif partai politik berperan penting dalam meningkatkan elektabilitas dan kepercayaan publik. Dengan demikian, kenaikan elektabilitas PAN tidak hanya mencerminkan apresiasi publik terhadap Fraksi PAN, tetapi juga berpotensi memperkuat kepercayaan masyarakat

terhadap partai tersebut. Kenaikan ini juga tidak lepas dari strategi *Media Relations* yang dijalankan oleh Fraksi PAN, sebagaimana terlihat dalam hasil survei Lembaga Indikator Politik Indonesia pada tahun 2021 elektabilitas Partai Amanat Nasional 1,5%, lalu pada tahun 2022 1,1%, pada tahun 2023 4,5%, dan pada tahun 2024 meningkat menjadi 6,4% (Profetik, 2024). Hasil survei tersebut menunjukkan adanya pengaruh besar dari kegiatan *Media Relations* dalam membentuk citra partai di mata masyarakat, terutama melalui pemberitaan positif di berbagai media massa serta interaksi yang aktif dengan masyarakat di *platform* media sosial.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### *Public Relations*

Menurut Yosol Iriantara, *Public Relations* adalah proses komunikasi dengan publik yang bertujuan membangun dan menjalin hubungan yang baik. Melalui proses ini, organisasi diharapkan mampu mencapai tujuannya, yaitu menciptakan, memelihara, serta mempertahankan citra positif dan reputasi yang baik (Iriantara, 2019).

### *Media Relations*

Sedangkan menurut Tontowi Jauhari *Media Relations* adalah suatu kegiatan yang dilakukan antara organisasi dengan media. Dalam hal ini dilakukan oleh *Public Relations* yang diharapkan akan dapat membina sekaligus mengembangkan hubungan baik dengan media sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik sehingga membangun kepercayaan publik tercapai (Jauhari, 2019).

Menurut Yosol Iriantara ada 3 strategi *Media Relations* yang dapat dilakukan oleh organisasi atau perusahaan sebagai berikut:

(1) Mengelola relasi: Mengelola relasi dengan media sangatlah penting untuk mendukung kegiatan *Public Relations*. Menjalinkan hubungan baik dengan media dan perusahaan media massa membuat organisasi memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dengan publik, baik secara geografis maupun psikografis. Menjalinkan relasi dengan media sangat penting untuk menunjang keberhasilan kegiatan *Public Relations*. (2) Mengembangkan Strategi: *Public Relations* perlu menyusun strategi yang tepat dalam melaksanakan kegiatan *Media Relations*. Strategi ini pada dasarnya berfungsi sebagai pedoman komunikasi dengan publik yang menjadi target dari aktivitas komunikasi dan relasi organisasi melalui berbagai program *Public Relations*, khususnya *Media Relations*. Secara umum, strategi dipahami sebagai kebijakan untuk mencapai tujuan, yang kemudian dijabarkan ke dalam berbagai taktik agar tujuan organisasi dapat tercapai. Dengan demikian, strategi *Media Relations* dapat diartikan sebagai serangkaian kebijakan atau metode yang dirancang untuk mewujudkan tujuan *Media Relations*, yang pada

akhirnya tetap mengacu pada tujuan organisasi. (3) Mengembangkan jaringan: Pengembangan jaringan merupakan hal penting dalam *Media Relations*. Salah satunya dengan menjalin hubungan dengan organisasi profesi, khususnya kewartawanan. Hubungan baik dengan organisasi wartawan membantu memperluas akses ke media massa serta mendukung upaya Public Relations dalam membangun kerja sama positif dengan media. (Iriantara, 2019).

### **Citra**

Menurut Abdul Wahid citra merupakan Gambaran diri baik personal maupun organisasi ataupun Lembaga yang sengaja dibuat untuk menggambarkan atau menjelaskna mengenai kepribadian ataupun ciri khas, sehingga akan muncul persepsi baik tentang pihak lain atau publik memandang suatu Lembaga, organisasi, seseorang, atau suatu aktivitas (Wahid, 2023).

Proses pembentukan citra sesuai dengan pengertian dalam sistem komunikasi sesuai yang sudah dijelaskan oleh John S. Nimpoeno (1986) adalah sebagai berikut :

(1) Persepsi dapat dipahami sebagai hasil pengamatan terhadap suatu unsur dalam lingkungan, dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan yang dilanjutkan dengan sebuah proses pembentukan citra. (2) Kognisi yaitu merupakan suatu keyakinan dalam diri dari setiap individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan datang jika individu telah paham atau mengerti mengenai rangsangan itu. (3) Motivasi yaitu merupakan keadaan pribadi individu yang mendorong keinginan untuk melakukan kegiatan tertentu yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan. (4) Sikap yaitu merupakan kecenderungan bertindak berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi suatu objek, ide, situasi, ataupun nilai (Prisgunanto, 2015:208).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif didefinisikan sebagai sebuah proses penelitian atau pemecahan masalah yang mengeksplorasi sebuah topik atau objek dengan cara mendeskripsikannya, menggunakan orang, lembaga, komunitas, dan masyarakat lainnya (Widyastuti et al., 2024). Pendekatan yang digunakan Adalah kualitatif dilakukan dengan observasi langsung di lapangan untuk memperoleh data rinci. Peneliti juga harus mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau setting sosial yang akan dituang dalam bentuk teks yang bersifat narasi (Anggito & Setiawan, 2018).

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti dalam memperoleh suatu data penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif pengelolaan data melalui wawancara dilakukan dengan informan yang dianggap memiliki wawasan dan pengalaman mengenai *Media Relations*. Selain itu, penelitian ini melakukan

observasi pada kegiatan Fraksi Partai Amanat Nasional yang melibatkan hubungan dengan media. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui secara langsung bagaimana interaksi yang dilakukan antara Fraksi Partai Amanat Nasional dengan media berlangsung, serta bagaimana strategi yang diterapkan di lapangan.

Setelah mendapatkan data dari wawancara, observasi, setelahnya akan dilakukan tahapan pengumpulan data. Miles et al. Proses analisis data dilakukan dengan mengikuti model interaktif Miles & Huberman yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, hingga penarikan serta verifikasi kesimpulan. Model ini memungkinkan peneliti untuk mengorganisasi temuan secara sistematis, sehingga memberikan gambaran yang utuh tentang strategi *Media Relations* Fraksi PAN dalam membangun citra politik.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Strategi *Media Relations***

Upaya yang dilakukan oleh *Public Relations* sebagai suatu kegiatan komunikasi dalam menjalankan *Media Relations* dengan menggunakan strategi *Media Relations* menurut Yosali Iriantara, sebagai berikut:

##### **a) Mengelola Relasi**

Hubungan antara organisasi politik dan media massa merupakan salah satu hal yang penting untuk membangun citra suatu organisasi politik di mata publik. Dalam menjalankan relasi tentunya Fraksi Partai Amanat Nasional Dewan Perwakilan Rakyat berkerja sama dengan media internal di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia maupun eksternal, seperti media massa, cetak, *online*, televisi. Fraksi Partai Amanat Nasional melakukan Upaya yang tersusun dalam menjalin hubungan dengan media melalui kombinasi pendekatan *personal* dan kelembagaan. Fraksi PAN secara rutin mengadakan kegiatan seperti *media gathering*, konferensi pers, diskusi publik yang melibatkan media, *doorstop*, hingga kunjungan redaksi sebagai bentuk nyata dari komunikasi dua arah yang aktif. Membangun relasi ini bukan hanya untuk kepentingan publik namun juga bertujuan untuk membangun pendekatan emosional dan rasa saling percaya antara jurnalis dan Fraksi PAN.



**Gambar 2.** doorstop yang dilakukan oleh Anggota Fraksi PAN Putri Zulkifli Hasan



**Gambar 3.** Konferensi Pers yang dilakukan Oleh Fraksi PAN

*Sumber : website Antarafoto.com*

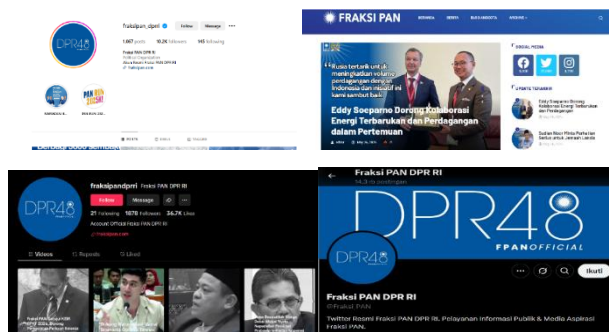
Dalam melaksanakan mengelola relasi komunikasi yang dijalankan oleh Fraksi PAN sangat terstruktur. Fraksi PAN menggunakan media kit, menunjuk juru bicara yang kompeten, dan merilis siaran pers sebagai bagian dari upaya konsistensi pesan yang disampaikan. Pendekatan komunikasi dua arah yang dilakukan melakukan bagian penting dalam menjaga hubungan yang baik dengan media, diskusi atau dialog, klarifikasi, dan masukan dari wartawan ataupun media dihargai sebagai bagian dari jalur komunikasi yang positif. Melalui strategi ini, penyampaian informasi tidak hanya berlangsung dari Fraksi PAN tetapi juga menciptakan ruang interaksi yang membangun dalam membentuk opini publik.

#### **b) Mengembangkan Strategi**

Fraksi PAN menerapkan strategi atau taktik yang yang tersusun dan menyeluruh dengan baik dalam membangun serta membangun citra positif Fraksi di mata publik. Strategi dijalankan melalui pendekatan multikanal yang mencakup media konvensional seperti televisi serta media *digital* seperti media sosial dan *website* resmi. Fraksi PAN juga aktif dalam pembuatan konten media yang informatif dan persuasif seperti siaran pers, infografik, video pendek yang melihatkan kegiatan anggota Fraksi PAN. Pendekatan yang dilakukan tersebut

merupakan cerminan dari strategi komunikasi terpadu yang berorientasi pada *brand politics* dan reputasi kelembagaan.

Penyebaran informasi dilakukan melalui berbagai saluran resmi Fraksi PAN seperti *website* resmi, media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok* dan siaran *pers* yang dikirim ke media nasional. Strategi ini diperkuat dengan kampanye *digital* tematik dan kolaborasi dengan akun media sosial anggota dewan Fraksi PAN, khususnya yang berlatar belakang publik *figure* atau artis, sehingga mampu meningkatkan daya jangkauan dan dapat membentuk persepsi positif dari masyarakat. Penggunaan publik figur ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pesan politik dan meningkatkan visibilitas fraksi di ruang digital karena mereka memiliki basis audiens yang besar di media sosial.



**Gambar 4.** Sosial Media Fraksi Partai Amanat Nasional

Strategi yang disusun oleh Fraksi PAN didasari pada prinsip *engagement* dan transparansi. Informasi yang diberikan dengan menghadirkan narasumber yang kompeten dan aktual, serta membangun citra tokoh fraksi PAN secara konsisten di media sosial maupun media konvensional. Salah satu tujuan utamanya adalah menjawab isu yang sedang terjadi secara cepat dan agar menciptakan kepercayaan dari media ataupun masyarakat terhadap Fraksi PAN. Hal ini mendukung pada peningkatan *exposure* pemberitaan positif terhadap Fraksi PAN dan tingginya interaksi publik terhadap konten Fraksi PAN, terutama di media sosial.

Dalam menghadapi isu-isu politik yang sensitif dan berpotensi menurunkan citra dan kepercayaan publik, Fraksi PAN menggunakan beberapa strategi dengan cara merespons dengan cepat melalui *press release* dan melakukan klarifikasi resmi, hal tersebut dilakukan dengan narasi yang positif dan berbasis Solusi (*solution-oriented narrative*) untuk membingkai peran legislatif secara konstruktif. Upaya lain yang dilakukan oleh Fraksi PAN pemberian masukan kepada anggota untuk tidak memberikan pernyataan yang bisa menimbulkan perdebatan publik yang dapat berdampak pada blunder serta citra negatif Fraksi PAN.

### c) Mengembangkan Jaringan

Fraksi PAN memiliki strategi yang tertata dalam membangun citra positif melalui kerja sama dengan berbagai organisasi eksternal. Mengembangkan jaringan yang dilakukan oleh Fraksi PAN dengan berbagai organisasi eksternal mulai dari media *institute*, Lembaga survei, organisasi masyarakat sipil, kelompok profesi seperti nelayan, buruh, dan petani, hingga komunitas anak muda seperti IPM. Melalui kolaborasi ini Fraksi PAN banyak sekali mendapatkan dukungan informasi, *insight* kebijakan, dan jangkauan kanal media yang lebih luas dan strategis. Namun, proses ini tidak terlepas dari sejumlah hambatan, antara lain perbedaan kepentingan, keterbatasan sumber daya, serta potensi resistensi dari kelompok tertentu. Kondisi tersebut menuntut Fraksi PAN untuk menerapkan pola komunikasi yang terbuka dan transparan, sekaligus membangun hubungan yang berlandaskan prinsip mutual benefit agar kerja sama dapat terjaga secara berkelanjutan dan berkontribusi pada penguatan citra organisasi.

Pelaksanaan kegiatan dalam pengembangan jaringan yang dilakukan oleh Fraksi PAN seperti forum diskusi, audiensi, pelatihan, seminar, peluncuran kajian kebijakan, pelatihan media *handling*. Dengan cara tersebut, Fraksi PAN mampu memperoleh masukan yang relevan dan faktual, dan menunjukkan bahwa Fraksi PAN hadir sebagai wakil rakyat yang aktif mendengarkan dan merespon mengenai isu. Kolaborasi ini berjalan secara mutualistik karena selain Fraksi PAN mendapatkan *exposure* positif dan organisasi pun eksternal mendapat dukungan legislasi atau advokasi kebijakan.



**Gambar 5.** Pertemuan Fraksi Partai Amanat Nasional dengan Organisasi Eksternal

Sumber : Instagram @FraksiPAN\_dpri

### **Faktor Pendukung dalam keberhasilan strategi *Media Relations* yang dilakukan oleh Fraksi Partai Amanat Nasional dalam membangun citra**

Faktor pendukung dalam keberhasilan strategi *Media Relations* yang dilakukan oleh Fraksi PAN Kerja sama tim internal dari Fraksi PAN terutama yang membidangi pengelolaan media baik pemberitaan maupun media sosial yang lebih interaktif ditambah dengan koneksi

dan pengelolaan kerjasam antara Fraksi PAN dan media eksternal dengan membangun koneksi dan hubungan yang baik dengan para pengelola media massa, baik jurnalis maupun pemimpin redaksi agar mendorong pemberitaan yang lebih objektif. Oleh karena itu, membangun pertemanan dengan wartawan merupakan bagian dari strategi penting dalam membangun citra Fraksi PAN.

### **Kendala dalam melakukan strategi *Media Relations* Fraksi Partai Amanat Nasional dalam membangun citra**

Dalam menjalin hubungan dengan media, terdapat dua faktor yaitu internal dan eksternal. Kendala pada internal yaitu kendalanya terletak pada perkembangan media sosial yang begitu cepat. Hal ini mengharuskan tim media Fraksi PAN untuk selalu sigap dan mampu beradaptasi dengan perubahan dan membangun kompetensi agar Tim media Fraksi PAN tidak tertinggal zaman. Selain itu juga tim media Fraksi PAN harus terus mengikuti perkembangan isu-isu terkini, agar anggota dewan atau pemimpin Fraksi PAN merespons isu dengan cepat secara aktual dan relevan. Sedangkan pada kendala eksternal adanya keterbatasan dalam mengendalikan bagaimana media maupun informal melalui hubungan yang terjalin dengan media dan dilengkapi oleh fakta dan data agar persepsi publik tidak keliru. Hambatan lainnya terdapat pada sosial medi Fraksi PAN terutama Ketika masyarakat memberikan respon negatif terhadap isu-isu yang bersifat sensitif dan menimbulkan pro dan kontra.

### **Citra Perusahaan**

#### **a) Persepsi**

Fraksi Partai Amanat Nasional baik dalam menyampaikan informasi dan membangun citra melalui berbagai media. Informasi yang disampaikan, baik melalui media sosial maupun media *mainstream* dianggap mudah untuk dipahami. Hal ini memudahkan publik untuk mengetahui berbagai kegiatan, kebijakan, serta respon Fraksi PAN terhadap isu-isu terkini yang berkembang. Fraksi PAN juga transparan dan komunikatif dalam penyampaian informasi, terutama melalui media sosialnya Fraksi PAN rutin mengunggah konten seputar kegiatan dan kebijakan Fraksi PAN. Respon yang diberikan oleh Fraksi PAN terhadap isu-isu yang sedang ramai juga cepat dan jelas, sehingga memperkuat persepsi masyarakat bahwa Fraksi PAN adalah fraksi yang terbuka dan responsif.

Upaya membangun citra yang dilakukan oleh Fraksi PAN tidak hanya melalui media *digital* tetapi juga melalui media konvensional, seperti diskusi publik, wawancara, serta kegiatan sosial. Penggunaan platform media *digital* seperti *instagram*, *Youtube* dan *yel-yel* menjadi bagian strategi pencitraan yang dianggap inovatif. Strategi *Media Relations* yang dilakukan oleh Fraksi PAN berpotensi besar dalam mempengaruhi persepsi publik. Hal ini diperkuat

dengan kehadiran tokoh-tokoh muda serta konsisten Fraksi PAN dalam mengangkat isu-isu yang dekat dengan masyarakat. Upaya-upaya ini menjadi bagian dari strategi Fraksi PAN untuk menjaga dan meningkatkan citra positif di mata masyarakat.

#### **b) Kognisi**

Fraksi Partai Amanat Nasional mampu dalam menyampaikan informasi yang mudah dipahami oleh publik. Salah satu faktornya adalah penggunaan konten media sosial yang dibuat sederhana dan menarik, seperti infografis atau video singkat. Konten seperti itu memudahkan publik untuk memahami pesan yang disampaikan, khususnya terkait isu-isu terkini yang mungkin belum diikuti secara lengkap oleh sebagian masyarakat. Fraksi PAN aktif dalam memanfaatkan media *digital* untuk agenda setting mengenai isu-isu nasional maupun memperingati hari besar, serta memberikan masukan dan koreksi kepada pemerintah, namun penyebaran informasi masih terkesan bergantung pada tokoh-tokoh besar sehingga jangkauannya belum merata. Pemberitaan dan aktivitas komunikasi Fraksi PAN di media berpotensi mempengaruhi tingkat kepercayaan publik, namun belum sepenuhnya optimal. Penyebaran informasi masih terbatas pada isu-isu tertentu dan cenderung menggunakan pendekatan yang masih bersifat tradisional. Selain itu pencitraan yang dilakukan oleh Fraksi PAN lebih banyak mengandalkan selebriti atau tokoh-tokoh besar yang kurang berdampak terhadap masyarakat yang lebih kritis atau kelompok intelektual. Oleh karena itu meskipun Fraksi PAN sudah aktif dalam menyampaikan informasi tetapi masih perlu meningkatkan dari sisi strategi, pemerataan jangkauan, maupun pendekatan komunikasi agar citra dan kepercayaan masyarakat terhadap fraksi PAN dapat terus ditingkatkan.

#### **c) Motivasi**

Tingkat ketertarikan publik terhadap informasi yang disampaikan oleh Fraksi Partai Amanat Nasional tinggi, khususnya karena aktif dalam memanfaatkan media eksternal memandang dan membangun opini mengenai Fraksi PAN misalnya dalam konteks politik, tidak jarang informasi yang disampaikan oleh Fraksi PAN mengalami distorsi atau *framing* negatif dari pihak tertentu atau bahkan informasinya tersebut tidak disampaikan secara utuh. Untuk mengatasi hal tersebut Fraksi PAN memberikan input dan menjalin komunikasi yang baik dengan media massa, melakukan klarifikasi baik secara resmi sosial. Informasi yang diberikan Fraksi PAN melalui media sosial mudah dijangkau dan diakses oleh masyarakat luas. Selain itu, fraksi PAN secara rutin menggugah konten yang menarik sehingga membuat Masyarakat lebih mudah mengikuti perkembangan aktivitas Fraksi PAN dan memperoleh informasi yang secara cepat. Penyajian konten di media sosial Fraksi PAN menarik dan mudah dipahami.

Kecepatan Fraksi PAN dalam merespon isu-isu politik yang sedang ramai memberikan kemudahan untuk mengetahui langkah atau sikap yang diambil oleh Fraksi PAN.

Namun dalam pemberitaan Fraksi PAN memiliki kelemahan dan kekuatan. Kekuatan utama Fraksi PAN terletak pada *public figure* seperti artis, penyanyi, atau tokoh terkenal. Popularitas dari *public figure* ini memberikan daya tarik yang besar saat kampanye ataupun kegiatan politik, serta menjadi modal untuk Fraksi PAN membangun citra di media. Selain itu tokoh-tokoh nasional yang memiliki jabatan strategis seperti Menteri dari PAN yang turut menjadi kekuatan yang dapat dimanfaatkan. Namun, strategi ini juga menimbulkan kelemahan karena muncul anggapan bahwa Fraksi PAN hanya mengandalkan popularitas artis tanpa diimbangi dengan kekuatan di bidang politik, dan kebijakan. Keterbatasan sumber daya manusia dalam hal pengelolaan informasi serta komunikasi politik belum maksimal. Fraksi PAN perlu meningkatkan perencanaan komunikasi yang lebih aktif dalam menyuarakan isu-isu besar agar pengaruh Fraksi PAN semakin terasa dan daya tarik politik dibangun menjadi lebih kuat di mata masyarakat.

#### **d) Sikap**

Sikap publik terhadap Fraksi Partai Amanat Nasional menunjukkan positif, khususnya keaktifan Fraksi PAN dalam menyampaikan informasi melalui media sosial dan media mainstream. Informasi yang diberikan oleh Fraksi PAN di media sosial maupun media massa memudahkan masyarakat untuk mengikuti perkembangan isu terbaru. Publik juga sering mengakses informasi mengenai Fraksi PAN melalui media mainstream untuk mendapatkan informasi lebih jelas dan lengkap. Hal ini menunjukkan adanya kepercayaan dan respon yang positif dari Masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh Fraksi PAN.

Namun, pemberitaan Fraksi PAN di *platform digital* seperti *Youtube* yang saat ini menjadi saluran penting dalam membangun narasi politik belum masif. Selain itu, Fraksi PAN juga belum memiliki kerja sama yang kuat dalam mengelola beberapa isu-isu untuk diangkat menjadi kebijakan. Kekhawatiran berlebihan terhadap resiko kritik sebagai penghambat, meskipun pada kenyataannya masukan yang bersifat kritis merupakan bagian penting dalam memperkuat citra partai ditengah masyarakat. Strategi komunikasi Fraksi PAN belum optimal dalam menerapkan pendekatan defensif dan ofensif. Strategi defensif yang bertujuan untuk mempertahankan konstituen dengan mempromosikan program, *figure*, dan visi partai belum berjalan maksimal, terlihat dari kurangnya upaya dalam merawat pendukung secara konsisten. Dan strategi ofensif yang seharusnya menasar pada wilayah dan publik baru belum terlihat jelas.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam melaksanakan strategi *Media Relations* Fraksi PAN melalui pendekatan personal dan kelembagaan melalui kegiatan seperti Fraksi PAN mengelola mengelola lewat pendekatan personal dan kelembagaan melalui kegiatan seperti media *gathering*, konferensi pers, dan doorstop. Komunikasi dibangun dengan media kit, juru bicara, siaran pers, dan komunikasi dua arah. Kerja sama mencakup peliputan, advertorial, dan konten eksklusif. Fraksi PAN menyebarkan informasi lewat *website*, media sosial, dan siaran pers dengan strategi berbasis *engagement* dan transparansi. Isu sensitif ditangani cepat melalui press release dan klarifikasi bernarasi positif dan berbasis solusi. Fraksi PAN mengembangkan jaringan dengan berbagai organisasi eksternal seperti media institute, lembaga survei, dan komunitas muda melalui diskusi, seminar, pelatihan, dan kajian kebijakan. Faktor pendukung strategi *Media Relations* Fraksi PAN didukung oleh kerja sama tim internal yang solid, khususnya dalam pengelolaan media interaktif, serta hubungan baik dengan media eksternal. Membangun koneksi dengan jurnalis dan redaksi menjadi kunci untuk mendorong pemberitaan yang objektif dan memperkuat citra Fraksi PAN. Dalam menjalin hubungan dengan media, Fraksi PAN menghadapi kendala internal berupa tuntutan adaptasi cepat terhadap perkembangan media sosial. Sementara itu, kendala eksternal muncul dari keterbatasan dalam mengontrol opini media, termasuk risiko distorsi atau framing negatif terhadap informasi yang disampaikan.

Citra Perusahaan Fraksi Partai Amanat Nasional berhasil membangun citra positif melalui media *digital* dan konvensional dengan penyampaian informasi yang jelas, mudah dipahami, dan cepat. Upaya ini memudahkan masyarakat mengetahui kebijakan dan kegiatan Fraksi PAN, didukung keaktifan dalam merespons isu-isu terkini sehingga memperkuat kesan sebagai fraksi yang terbuka dan responsif. Fraksi Partai Amanat Nasional (PAN) Fraksi PAN mampu menyajikan informasi yang sederhana dan menarik melalui media sosial serta media massa, sehingga membantu masyarakat memahami langkah dan kebijakan Fraksi PAN. Respon cepat terhadap isu politik. namun Fraksi PAN perlu meningkatkan komunikasi agar tidak hanya mengandalkan popularitas tokoh publik dan dapat menonjolkan substansi kebijakan. Namun, masih perlu peningkatan strategi agar pemerataan informasi lebih optimal dan tidak hanya bergantung pada tokoh publik dan Fraksi PAN masih perlu mengoptimalkan strategi komunikasi, memperkuat kerja sama pengelolaan isu, dan memperluas sasaran publik agar pembangunan citra dapat berjalan lebih masif dan efektif.

Saran yang disampaikan, penyebaran isu di media sebaiknya tidak hanya bergantung pada tokoh besar, tetapi juga melibatkan seluruh anggota Fraksi PAN agar lebih luas dan beragam. Selain itu, Fraksi PAN diharapkan lebih vokal dalam menanggapi isu, karena sikap diam dapat memengaruhi citra dan ketegasan dalam menyuarakan kepentingan rakyat.

## DAFTAR REFERENSI

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Annisa, F. N. (2022). Strategi media relations humas dalam membangun citra positif Pemerintah Kota Bekasi. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(3), 263–282. <https://doi.org/10.15575/reputation.v6i3.20594>
- Bachtiar, A., Barizki, R. N., & Pranawukir, I. (2024). Strategi komunikasi efektif dalam menjalin hubungan baik dengan stakeholder korporat dan politik. *Jurnal Publisitas*, 11(1), 15–30. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v11i1.426>
- Dominica, Y. Y., Putri, S. N. R., & Wisudawanto, R. (2022). *Strategi media relations humas Pemerintah Kota Surakarta pada era Gibran-Teguh*. Universitas Sahid Surakarta.
- Fadhilla, A. A., & Pradana, B. (2023). Strategi media relations hubungan masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam menjaga citra lembaga. *Representamen*, 9(1), 113–121. <https://doi.org/10.30996/representamen.v9i01.8395>
- Hafizah, E. (2021). Peran media dalam pekerjaan public relations. *Jurnal Kaganga*, 5(2), 149–157. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.5.2.149-157>
- Harrison, J. S., Barney, J. B., Freeman, R. E., & Phillips, R. A. (2019). *The Cambridge handbook of stakeholder theory*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108123495>
- Iriantara, Y. (2019). *Media relations: Konsep, pendekatan dan praktik* (Edisi revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Jauhari, M. (2021). *Public relations*. LP3DI Press, Kalimedia.
- Prisgunanto, I. (2015). *Komunikasi & polisi: Edisi tiga: Community, citra, bias selebritas, digital*. Cendekia.
- Profetik, J. P. (2024). Strategi kampanye Partai Amanat Nasional pada Pemilu Legislatif 2024: Pendekatan teori marketing-mix.
- Rasyid, A. (2025). Pers kekuatan demokrasi. *Koran Mimbar Umum*, 1–7.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia. (2011). *Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 55 Tahun 2011 tentang pedoman umum hubungan media di lingkungan instansi pemerintah*.

- Sambo, M. (2019). *Media relations kontemporer: Teori dan praktik*. Prenada Media.
- Sinaga, R., Suwardi, S., & Dayana, D. (2020). Strategi media relations humas Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara untuk meningkatkan citra positif. *Governance: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 7(2). <https://doi.org/10.56015/governance.v7i2.27>
- Wahid, A. (2023). *Strategi membangun citra dan kinerja lembaga*. Fatiha Media.
- Widyastuti, T. A. R., Mukhlis, I. R., Tondong, H. I., Nur, M. D. M., Utami, R. N., Kusumastuti, S. Y., Kurniawan, S., Judijanto, L., Pratama, A., & Saktisyahputra, S. (2024). *Metodologi penelitian: Panduan lengkap penulisan karya ilmiah*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.