

URGENSITAS *PUBLIC RELATION* DALAM MEMPERJUANGKAN AKSI FEMINISME MELALUI MEDIA JURNALISTIK ONLINE DI KOTA MEDAN

Taufiq Nurrahmad ^{1*}, M. Yoserizal Saragih ²

^{1*2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,
Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

Email: taufiq0105193126@uinsu.ac.id ^{1*}, yoserizal@uinsu.ac.id ²

Histori Artikel:

Dikirim 6 Juni 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 20 Juni 2023; *Diterima* 5 Juli 2023; *Diterbitkan* 10 September 2023. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Public relation adalah suatu kumpulan orang yang menaruh perhatian kepada berapa hal yang sama, mempunyai tujuan yang sama, dan kepentingan yang sama. Public merupakan kumpulan terdiri dari jumlah yang sedikit dan bisa juga menjadi jumlah yang banyak. Public relation selalu berkaitan dengan komunikasi. Komunikasi merupakan aspek penting bagi kehidupan. Penelitian ini bertujuan untuk mengedukasi bahwa masalah mengenai feminisme merupakan masalah yang besar dan rumit. Public relation dan jurnalis harus ikut andil dalam pergerakan ini yang dimana public relation sebagai juru bicara dan jurnalis yang merupakan wadah penghubung antara public relation dan masyarakat baik itu melalui media massa, media online, dan yang paling menarik melalui media sosial. Penelitian ini dilakukan melalui observasi untuk mengetahui keadaan langsung bagaimana tanggapan masyarakat kota medan mengenai upaya public relation dalam menangani aksi dan kasus feminisme di kota medan tersebut. Adapun proses pengambilan data dan pengumpulan informasi yang dilakukan berupa pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil pengamatan kelapangan berupa kunjungan langsung ketempat lokasi penelitian dengan melakukan wawancara langsung ke nara sumber yaitu bapak Heriyono dan ibu Nuri serta beberapa Mahasiswa UINSU. Data sekunder didapat dari : artikel, literatur, skripsi, jurnal ilmiah, dan laporan ilmiah yang berkaitan dengan public relation dan aksi feminisme melalui media online . Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini dikumpulkan, lalu diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Kata Kunci: Public Relation; Feminisme; Media Sosial.

Abstract

Public relations is a group of people who pay attention to the same things, have the same goals, and the same interests. Public is a collection consisting of a small number and can also be a large number. Public relations is always related to communication. Communication is an important aspect of life. This study aims to educate that the problem of feminism is a big and complicated problem. Public relations and journalists must take part in this movement where public relations as spokespersons and journalists who are a forum for liaison between public relations and the community both through mass media, online media, and most interestingly through social media. This research was conducted through observation to find out the direct situation of how the people of Medan responded to public relations efforts in handling feminism actions and cases in the city of Medan. The process of data collection and information collection is carried out in the form of primary and secondary data collection. Primary data were obtained from field observations in the form of direct visits to the research location by conducting direct interviews with resource persons, namely Mr. Heriyono and Mrs. Nuri and several UINSU students. Secondary data is obtained from: articles, literature, theses, scientific journals, and scientific reports related to public relations and feminist action through online media. The data obtained from the results of this study were collected, then processed and analyzed using descriptive qualitative research methods.

Keyword: Public Relations; Feminism; Social Media.

1. Pendahuluan

Public relation adalah suatu kumpulan orang yang menaruh perhatian kepada berapa hal yang sama, mempunyai tujuan yang sama, dan kepentingan yang sama. Public merupakan kumpulan terdiri dari jumlah yang sedikit dan bisa juga menjadi jumlah yang banyak. Begitu pula dengan pengertian relation, dalam bahasa Inggris “relation” yang berarti “hubungan”. Sesuai berdasarkan pengertiannya *public relation* dapat diartikan bahwa adanya hubungan timbal balik atau adanya komunikasi dua arah yang menyebabkan hubungan timbal balik antara satu kelompok dengan yang lain. *Public relation* sendiri juga merupakan sebuah alat yang dimana dapat di gunakan baik itu perusahaan maupun organisasi. Sesuai pada bulan Mei 1960 anggota IPRA bersepakat mengenai definisi *public relation* yang dimana *public relation* merupakan fungsi manajemen yang sudah direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh lembaga-lembaga umum dan pribadi, organisasi-organisasi, diperoleh untuk membina dengan cara menilai opini public dan dengan tujuan menghubungkan kebijaksanaan guna mencapai kerja sama yang produktif dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang efisien [1]. *Public relation* tidak hanya berguna untuk menyelesaikan masalah dalam suatu organisasi dan dapat di nyatakan jika para *public relation* turun tangan dalam menyelesaikan masalah organisasi, dengan tingkat keberhasilan yang signifikan. Namun, *public relation* kerap sekali dianggap semu oleh masyarakat umum yang dimana keberadaan *public relation* jarang kali di temui. Banyak sekali permasalahan yang di selesaikan oleh para *public relation* di Indonesia, namun sangat di sayangkan contoh salah satu kasus feminisme seringkali bermunculan dan sulit untuk dituntaskan apa lagi oleh *public relation*.

Membahas mengenai feminisme, feminisme merupakan bentuk Kekerasan terhadap perempuan masih saja terjadi terhadap perempuan. yang dimana pada bulan Januari sampai dengan bulan November 2022, sudah ada 3.014 kasus kekerasan berbasis gender terhadap perempuan, termasuk 860 kasus kekerasan seksual di ranah publik/komunitas dan 899 kasus di ranah personal. Hal ini membuktikan bahwa perempuan membutuhkan hak perlindungan atas diri mereka. Minimnya informasi karena korban yang bungkam terhadap publik dan tidak mendapatkan perlindungan dari aparat penegak hukum membuat gender perempuan sulit untuk melaporkan. Seiring berkembangnya zaman teknologi semakin canggih dan surat kabar berkembang menjadi media cetak dan tercipta pula media sosial.

Di era digitalisasi, media sosial merupakan sarana yang paling sering digunakan oleh masyarakat yang dimana fungsi dari media sosial sendiri untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi, mengapresiasi diri. Perjuangan kaum feminisme menjadi lebih mudah karena ada media sosial mempermudah kaum feminisme untuk memperjuangkan hak mereka. Salah satu platform media sosial yang digunakan kita sebut saja Instagram. Untuk itu, *public relation* berfungsi sebagai juru bicara dalam memperjuangkan aksi feminisme menegakan keadilan mereka. *Public relation* merupakan *support system* untuk meningkatkan keberhasilan dalam menyuarakan aksi pergerakan kaum feminisme tersebut.

2. Metode Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di berbagai tempat di kota medan yaitu UINSU Jalan William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371, Istana Maimun Jalan A U R, Kecamatan Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara. Adapun masa persiapan penulisan sampai selesai pengolahan data membutuhkan waktu 3 minggu.

Penelitian ini dilakukan melalui observasi untuk mengetahui keadaan langsung bagaimana tanggapan masyarakat kota medan mengenai upaya *public relation* dalam menangani aksi dan kasus feminisme di kota medan tersebut. Adapun proses pengambilan data dan pengumpulan informasi yang dilakukan berupa pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil pengamatan kelapangan berupa kunjungan langsung ketempat lokasi penelitian dengan melakukan

wawancara langsung ke nara sumber yaitu bapak Heriyono dan ibuk Nuri serta beberapa Mahasiswa UINSU. Data sekunder didapat dari : artikel, literatur, skripsi, jurnal ilmiah, dan laporan ilmiah yang berkaitan dengan *public relation* dan aksi feminisme melalui media online . Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini dikumpulkan, lalu diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Menurut Creswell (2008), mendefinisikan penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang dilakukan melakukan observasi secara langsung. Peneliti melakukan wawancara kepada peserta penelitian dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi yang diperoleh dan dikumpulkan dalam berupa teks atau kata dan di analisis. Dan hasil analisis peneliti dijabarkan dengan hasil penelitian ilmuwan lain dan hasil penelitian dituangkan dalam bentuk laporan tertulis [2].

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan perolehan data yang di peroleh di lokasi penelitian dengan melalui wawancara ke beberapa narasumber dengan judul penelitian yang terkait tentang “Urgensitas *Public Relation* Terhadap Aksi Feminisme Melalui Media Online di Kota Medan” menuai banyak kritikan serta saran.

Menurut bapak Heriyono, masalah ketidak setaraan gender sudah dari dulu terjadi bahkan pada masa Rasulullah SAW. Hal ini dikarenakan perempuan seringkali di cap lemah dan tidak dapat mengurus segala urusan yang bahkan hanya bisa ditanggung oleh laki-laki saja. Contoh dalam hal kepemimpinan, menurut bapak Heriyono perempuan memiliki watak dan tempramen yang lemah lembut. Jika mereka dijadikan sebagai pemimpin, maka bawahan akan kurang terorganisir dengan baik bahkan bisa saja anggota berbuat dengan semena-mena. Hal ini pula yang menimbulkan pemikiran-pemikiran feminisme dalam menentang pendapat bapak Heriyoni.

Berdasarkan narasumber lain, Ibu Nuri mengatakan bahwa femisime terjadi dikarenakan isu-isu yang di buat terlalu berlebihan dan tidak adanya antisipasi dalam melakukan tindakan. Hal ini memunculkan pemikiran-pemikiran feminisme dan semakin pula hal ini di abaikan maka semakin besar juga kaum femenisime. Sebenarnya hal ini merupakan tanggung jawab pemerintah yang merupakan pondasi serta pemimpin negara bahkan suara dan perkataanya mutlak dan dilindungi oleh undang-undang. Namun sangat di sayangkan oleh ibu Nuri dikarenakan msalah feminisme ini bukanlah masalah yang dapat dianggap enteng oleh pemerintahan. Hal ini membuat perempuan bertindak nekat dan bahkan banyak yang menjadi korban pelecehan. Namun masalah tidak dapat di atasi dengan tuntas.

Menurut ibu Nuri, dengan adanya media sosial sebagai tempat berbagi informasi. Media sosial juga dapat membantu untuk korban yang tidak mendapatkan keadilan dengan seadil-adilnya bisa mencurahkan keluh kesah nya pada akun media sosialnya sendiri.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari beberapa mahasiswa UINSU, *public relation* dan jurnalis harus bersatu dan turut andil dalam memperjuangkan suara perempuan untuk mendapatkan kebebasan, keadilan dan kesetaraan. *Public relation* bertugas untuk menyampaikan informasi dan komunikasi kepada publik baik melalui media sosial maupun secara langsung dan jurnalis lah yang membantu dalam mempersiapkan wadah untuk *public relation* berbicara. Wadah tersebut bisa berupa media online, media massa, bahkan media sosial. Hal ini harus menjadi prioritas *public relation* dan jurnalis agar pemerintahan menangani masalah kesetaraan gender dengan tuntas.

1) *Public relation* Dan Komunikasi

Komunikasi merupakan aspek penting bagi kehidupan. interaksi merupakan juga merupakan bagian dari komunikasi yang dimana manusia merupakan makhluk sosial yang dimana manusia merupakan makhluk individu yang membutuhkan individu lain untuk keberlangsungan hidup. Menurut Seorang sosiolog ternama dari Kanada, Erving Goffman berpendapat, bahwa setiap manusia merupakan makhluk sosial yang dimana setiap individu membutuhkan interaksi dengan sesamanya [3].

Menurut Hovland, Jains dan Kelley, komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata- kata) dengan tujuan untuk membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain- lain [4].

Ilmu komunikasi merupakan sebuah ilmu terapan yang relatif masih baru. Namun ilmu komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat dari waktu ke waktu ditambah dengan perpaduan perkembangan teknologi dengan komunikasi massa yang membuat ilmu komunikasi merupakan ilmu yang sangat strategis digunakan dan sangat penting pada kehidupan (Mukarom, n.d.). Manusia juga merupakan individu yang dimana manusia masih membutuhkan individu lain untuk bergantung satu dengan yang lain. Hal inilah yang membuat manusia dianggap sebagai makhluk sosial. Manusia juga merupakan makhluk hidup yang sangat membutuhkan informasi dari individu lain untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan Bersama [5].

Informasi yang diperoleh akan sangat berguna bagi keberlangsungan hidup manusia yang dimana perkembangan teknologi juga merupakan hasil pemikiran manusia dengan menimbulkan ide-ide baru pada hasil perkembangan dunia. Hal ini menyatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi saling berkaitan satu dengan yang lain dan juga hal merupakan dasar-dasar yang harus dimiliki setiap individu dan harus dididik pula mulai dari kecil [6].

Mengenai komunikasi, *public relation* selalu di kaitkan dengan komunikasi. Sebab, bagi *public relation* komunikasi merupakan kegiatan sehari-hari mereka yang dimana mereka lebih banyak berinteraksi langsung dengan khalayak maupun masyarakat. banyak sekali perusahaan-perusahaan, maupun organisasi yang masih tidak memiliki *public relation* sebagai juru kunci mereka untuk terhubung dengan masyarakat. Bahkan dengan adanya *public relation* berbagai masalah bisa teratasi termasuk untuk membangun citra perusahaan yang baik dan bereputasi tinggi.

Untuk itulah *public relation* di bentuk agar bisa dalam berbagai hal ketika menghadapi masalah terhadap publik. Dengan adanya keahlian komunikasi yang baik, *public relation* harus siap berada dalam tekanan kondisi apa pun. Baik itu keluhan, ejekan, bahkan ancaman yang di berikan oleh publik kepadanya. Sebagai masyarakat yang baik, wajib memberikan dukungan kepada para *public relation* agar dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka.

2) Feminisme

Dalam buku yang berjudul "*feminisme ; sebuah kata hati*" feminisme merupakan suatu pemikiran yang dimana hak kebebasan yang dimiliki oleh perempuan dengan adanya batasan yang di buat, sehingga penindasan terhadap perempuan merupakan hal yang wajar bagi para bangsa pemuja patriarki [7]. Feminisme merupakan suatu paham maupun pemikiran yang tercipta dengan adanya perdebatan, isu-isu bahkan fakta yang terjadi dalam masyarakat dunia. Tidak hanya di indonesia saja, bahkan perbedaan gender yang di alami oleh perempuan yang di perlakukan dengan tidak adil membuat paham feminisme terbentuk.

Bahkan dalam Islam, feminisme sendiri muncul bukan berasal dari pemikiran teoritik dan gerakan tunggal yang di tujukan untuk kaum hawa di negara islam. Secara umum feminisme merupakan gerakan atau alat analisis yang dimana bertujuan untuk membentuk suatu historis seiring dengan kesadaran manusia yang terus berkembang dan dapat membantu menyelesaikan masalah-masalah yang di hadapi perempuan menyangkut ketidaksetaraan dan ketidakadilan [8]. Banyak sekali kasus yang sering terjadi menyangkut perbedaan gender dan yang menjadi korban adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakadilan dan perbedaan perlakuan yang diterima oleh kaum perempuan sangat berbeda. Bahkan kriminalitas saja sering kali terjadi dengan melibatkan perempuan sebagai korbannya. Hal ini yang semestinya menjadi sorotan pemerintahan dalam menangani kasus ini sampai tuntas. Dan terkadang hukum saja terlalu tumpul untuk di jalankan.

Terjadinya banyak kasus terhadap ketidakadilan bahkan pelecehan yang diterima oleh kaum perempuan membuat paham feminisme semakin kuat. Bahkan para feminis mulai melakukan gerakan aksi untuk mempertahankan haknya dan menjalankan hidup dengan normal. Dengan berkembangnya teknologi media cetak mulai tergantikan oleh kecanggihan teknologi dan terbentuklah media massa dan media sosial secara online. Hal ini sangat dimanfaatkan oleh kaum feminisme melakukan aksi

dengan menegakan keadilan dan menyuarakan suaranya kepada pemerintahan dan secara tidak langsung memberikan informasi juga kepada pemerintahan.

Sulitnya menangani sebuah kasus dikarenakan kurangnya informasi dan bungkamnya rakyat yang enggan memberikan informasi bahkan berkomunikasi dengan juru bicara instansi pemerintahan. Seharusnya, informasi dan komunikasi merupakan salah satu senjata yang dapat digunakan untuk memecahkan suatu masalah di dalam negara maupun di luar negara. Hal ini menyatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi saling berkaitan satu dengan yang lain dan juga hal merupakan dasar-dasar yang harus dimiliki setiap individu dan harus dididik pula mulai dari kecil [6].

3) Media Sosial

Perkembangan media sosial kini sudah memasuki segala bidang, termasuk jurnalistik dan *public relation*. Berita online tidak hanya disajikan dari aplikasi maupun website saja tetapi juga dari media sosial. Adapun media sosial diantara lain; instagram, facebook, twitter, tik-tok, dan YouTube. Menurut Shirky defenisi media sosial adalah untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, berinteraksi, bekerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi [9].

Dengan adanya media sosial akan dapat memudahkan manusia untuk memperoleh suatu informasi bahkan hanya sekedar mencari nya di internet informasi apa pun akan mudah di dapat. Bahkan informasi mengenai kasus-kasus yang pernah terjadi dahulu bahkan sampai sekarang bisa di peroleh informasinya dari internet. Hal ini menandakan bahwa era digital sudah menjadi masalah primer dalam kebutuhan hidup manusia. Mengenai kasus-kasus yang dengan mudah diperoleh di internet, mengapa pemerintahan sulit sekali untuk menyelesaikan masalah feminisme dan ketidaksetaraan gender yang masih saja terjadi dimana-mana. Hal ini membuktikan bahwa masalah feminisme dianggap enteng oleh pemegang paham patriarki.

Bahkan gerakan feminisme saja sudah ada dimana-mana, terutama terdapat di media sosial instagram, twiter, bahkan you tube. Konten yang mereka berikan selalu mengenai bagaimana keadilan berjalan terbalik menjadi sebuah musuh oleh kaum femanisme.hal inilah yang harus diperhatikan oleh institusional bahkan para *public relation* untuk saling membantu mempertahankan harga diri perempuan.

4 Kesimpulan

Public relation adalah suatu kumpulan orang yang menaruh perhatian kepada berapa hal yang sama, mempunyai tujuan yang sama, dan kepentingan yang sama. Public merupakan kumpulan terdiri dari jumlah yang sedikit dan bisa juga menjadi jumlah yang banyak. Dalam buku yang berjudul “feminisme ; sebuah kata hati” feminisme merupakan suatu pemikiran yang dimana hak kebebasan yang dimiliki oleh perempuan dengan adanya batasan yang di buat, sehingga penindasan terhadap perempuan merupakan hal yang wajar bagi para bangsa pemuja patriarki. Dalam penulisan, peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam cara penulisan, pemilihan kata, dan minimnya temuan-temuan. Penulis berharap kritikan dan saran yang membangun agar penulis dapat melakukan yang terbaik dalam penititan-penelitian yang berikutnya.

5 Ucapan Terima Kasih

Dengan ini, saya mengucapkan ribuan terimakasih kepada orang-orang yang sudah banyak membantu dalam penelitian ini baik itu dari moril maupun materil yang telah banyak dikerahkan dalam menyempurnakan penelitian ini menjadi yang lebih baik. Terima kasih juga yang pasti nya dukungan dan doa dari orang tua serta tak lupa pula berkah yang di berikan tuhan agar penelitian berjalan lancar atas kehendaknya. Ribuan terima kasih yang sulit diungkap kan oleh kata-kata namun melekat dalam jiwa dan raga yang membuat penelitian ini terasa lebih bermanfaat dengan semestinya.

6 Daftar Pustaka

- [1] Ishak, A. (2012). Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal ASPIKOM*, 1(4), 373. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i4.38>
- [2] Somantri, G. R. (2005). Memahami Metode Kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57. DOI: <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
- [3] Xiao, A. (2018). Konsep Interaksi Sosial Dalam Komunikasi, Teknologi, Masyarakat. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(2). <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i2.1486>.
- [4] Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 29-37.
- [5] Sendjaja, S. D. (2014). Memahami Teori Komunikasi: Pendekatan, Pengertian, Kerangka Analisis, dan Perspektif. *Univeritas Tebruka: Modul Kegiatan Pembelajaran*.
- [6] Huda, I. A. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Terhadap Kualitas Pembelajaran Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2(1), 121-125. DOI: <https://doi.org/10.31004/jpdk.v2i1.622>.
- [7] Hayati, Y. (2012). Dunia Perempuan Dalam Karya Sastra Perempuan Indonesia (Kajian Feminisme). *Humanus*, 11(1), 85. DOI: <https://doi.org/10.24036/jh.v11i1.626>
- [8] Suryorini, A. (2012). Menelaah Feminisme Dalam Islam. *Sanwa: Jurnal Studi Gender*, 7(2), 21. DOI: <https://doi.org/10.21580/sa.v7i2.647>
- [9] Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- [10] Mukarom, Z. (2020). Teori-teori komunikasi. Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.