

Hubungan media merupakan salah satu kegiatan kehumasan yang paling penting di lembaga pemerintah terutama terkait dengan usahanya menyebarkan informasi kepada publik luas dan meningkatkan reputasi serta kredibilitas lembaga di mata publik melalui pemberitaan media massa. Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga pemerintah penyelenggara pemilu secara sekilas cenderung mendapatkan publisitas *media massa* yang kurang baik ditandai dengan berbagai berita masalah penyelenggaraan pemilu. Untuk itu riset ini akan membahas bagaimana sesungguhnya pelaksanaan hubungan media di KPU Kabupaten Sleman selama Pemilu 2014. Hal ini meliputi bagaimana KPU Kabupaten Sleman membangun kredibilitas sebagai narasumber berita yang terpercaya, bagaimana mereka mengembangkan hubungan pribadi yang konstruktif dengan media massa dan bagaimana mereka meningkatkan kemampuan kerjasama yang mewujud dalam bagaimana KPU Kabupaten Sleman menjalankan berbagai program teknis hubungan media. Selain itu dibahas pula apa saja faktor yang mempengaruhinya serta bagaimana dampak usaha tersebut terhadap pemberitaan di media massa cetak lokal.

Hasil riset menyatakan bahwa profil komisioner KPU yang masih baru dan bersih, tingginya pemahaman mereka terhadap pentingnya hubungan media dan kultur terbuka yang mereka bangun memberikan kontribusi yang positif bagi usaha mereka membangun kredibilitas sebagai narasumber berita, mengembangkan hubungan pribadi yang konstruktif dengan awak media dan meningkatkan kemampuan kerjasama dengan media massa. Namun di sisi lain pemahaman terhadap pentingnya hubungan media tersebut masih belum diimplementasikan secara optimal dalam tindakan nyata, ditunjukkan dengan masih lemahnya kompetensi komunikasi dan komunikasi kepemimpinan dan rumitnya birokrasi dalam pelaksanaan program teknis hubungan media, hal ini mempersulit KPU meningkatkan kualitas program teknis hubungan media. Uniknya dengan kinerja hubungan media yang relatif terbatas tersebut, hasil media monitoring sebagai salah satu cara sederhana menilai capaian hubungan media menunjukkan bahwa liputan tentang Pemilu 2014 dan KPU Kabupaten Sleman cenderung netral terutama jika dibandingkan dengan asumsi awal dalam riset ini.

**Kata Kunci:** hubungan media, KPU Kabupaten Sleman.

Media relations is one of the most important public relations activities in government organisations, especially related to its capability to disseminate informations to the vast public and to enhance or to build organisation reputation and credibility by optimizing mass media publicities. The Indonesian Election Commission (KPU) as the government organisation who manage general election was assumed by many observers to have a sort of bad publicity by the mass media. This research will describe how media relations was managed by KPU Kabupaten Sleman during the 2014 Election. This include how KPU Kabupaten Sleman developpe their credibility as the trusted news resource, how they build a constructive personal relationship with the media and how they enhance their cooperation ability/capacity which is reflected in how the KPU Kabupaten Sleman implementing a number of technical media relations program. In addition, we also discuss what factors influence the practice founded or why the practice implemented and how was the impact of this effort to its publicities in the local printed mass media.

The result of this research indicated that the newly and clean KPU commisioner profile, the hights of their media relations importance understanding and the open culture they built, positively contributed to their effort to developpe their credibility as a news resource, to enhance their constructive personal relationship with the media and to improve their media relations cooperation capabilty. In the other hand, this media relations importance understanding was not implemented optimally yet showed by the lack of communication and leadership competencies and the complicated beurocracy in implementing media relations program. This complicated the KPU's effort to enhance the quality of the media relations program. However, the media monitoring as one of the simplest way to evaluate media relations showed that the 2014 Election and KPU Kabupaten Sleman related publicities were relatively neutral compared to the asumption used in the introduction chapter.

**Keywords:** media relations, Kabupaten Sleman Election Commission