

## ABSTRAK

*Event* Ngawangkong Bari Ngopi merupakan kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh instansi Pemerintah sebagai sarana menjalin hubungan baik dengan media serta konferensi pers. *Event* Ngawangkong Bari Ngopi dibuat dan dilaksanakan oleh Humas Setda untuk dijadikan sebuah strategi. Tujuan dilaksanakannya *Event* Ngawangkong Bari Ngopi adalah untuk meningkatkan sinergitas antara pemerintah dan awak media, menyampaikan informasi, untuk menimbulkan rasa mutual understanding saling keterkaitan antara Pemerintah dan awak media, serta untuk menangani masalah pemberitaan negatif Pemerintah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta teori *four step public relations* yang dikemukakan oleh Cutlip, Centre, dan Broom pada tahun 2006 dengan dua informan staf Humas Setda dan dua informan awak media Pemerintah. Teknik penentuan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisa data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari adanya strategi *Event* Ngawangkong Bari Ngopi adalah dapat membantu Humas Setda dalam menangani masalah pemberitaan negatif. Serta proses tahapan *Event* Ngawangkong Bari Ngopi telah sesuai dengan teori yang peneliti ambil. Hambatan dalam strategi *Event* Ngawangkong Bari Ngopi adalah terdapat hambatan saat pelaksanaan seperti system absensi, birokrasi komunikasi, awak media yang terlambat hadir, dan klarifikasi diwakilkan oleh staf bawahan. Selain itu, saat sebelum pelaksanaan *Event* Ngawangkong Bari Ngopi seperti sulit pemilihan kata dalam menulis *press release*, informan yang sulit untuk menyampaikan informasi, keterlambatan undangan. Alasan Humas Setda membuat strategi *Event* Ngawangkong Bari Ngopi adalah untuk memudahkan instansi Pemerintah dalam menyampaikan informasi, mengekspose berita, serta dalam hal menangani berita negatif.

Kata kunci : Strategi *Event* Ngawangkong Bari Ngopi, Humas Setda, Teori *Four step public relations*.

## **ABSTRACT**

*Ngawangkong Bari Ngopi event is a media relations activity carried out by government agencies as a means of establishing good relations with the media and press conferences. Ngawangkong Bari Ngopi event was created and carried out by the regional secretariat public relations regency. The purpose of holding the Ngawangkong Bari Ngopi event is to increase the synergy between the government and the media crew, and to deal with the issue of negative government reporting. The research uses a qualitative method with a case study approach and the four step public relations theory proposed by cutlip, centre, and broom in 2006 with two informants of the regional secretariat public relations staff and two government media crew informants. Informant determination technique using purposive sampling technique. Data analysis technique using data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity technique using source triangulation. The result of the Ngawangkong Bari Ngopi event strategy is that it can help the secretariat public relations in dealing with the problem of negative news. And the process of the stages of the new Ngawangkong Bari Ngopi event is in accordance with the theory that the researchers too. The obstacle in the Ngawangkong Bari Ngopi event strategy is that there are obstacles during implementation such as the attendance system, communication bureaucracy, media crew who are late to attend, and clarification is represented by subordinate staff. Besides that before the implementation of the Ngawangkong Bari Ngopi event, it was difficult choice of words in writing press release, informants who find it difficult to convey information, delays in invitation. The reason for the regional secretariat's public relations strategy to make the Ngawangkong Bari Ngopi event strategy is to make it easier for government agencies to convey information, expose news, and in other cases handle negative news.*

*Keyword : Ngawangkong Bari Ngopi event strategy, public relation secretariat, four step public relations theory.*