

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Salah satu komponen penting pada divisi Hubungan Masyarakat adalah relasi dengan media yang biasanya dikelompokkan dalam kegiatan *media relation*, *media relations* memiliki tugas-tugas pokok diantaranya adalah memonitor dan mengawasi aliran media dan informasi mengenai institusi atau perusahaan terkait sehingga *feedback* yang ada di tengah-tengah masyarakat mengenai institusi atau perusahaan yang bersangkutan dapat langsung diketahui, minat dan informasi yang diperoleh oleh rekan media juga sangat bersangkutan dengan divisi yang menangani kegiatan *media relations* tanpa terkecuali institusi yang bergerak dibidang hukum.

Penegakan hukum mencakup kegiatan untuk melaksanakan dan menerapkan hukum serta melakukan tindakan hukum terhadap setiap pelanggaran atau penyimpangan hukum yang dilakukan oleh subjek hukum. Penegakan hukum menyangkut kegiatan penindakan terhadap setiap pelanggaran atau penyimpangan terhadap peraturan perundang-undangan. Aktor-aktor utama yang peranannya sangat menonjol dalam proses penegakan hukum itu adalah polisi, jaksa, pengacara dan hakim. Dalam hal ini Polisi sangat dekat kaitannya dengan masyarakat, demi berjalannya segala proses hukum yang berlangsung adanya hubungan yang baik akan sangat membantu baik pihak internal polisi maupun pihak eksternal yang bersangkutan.

Berdasarkan survey integritas anak muda 2012 yang dilakukan oleh *Transparency International* Indonesia (TTI) selama Juni – Desember 2012 pada 1.012 anak muda di Jakarta usia 16 – 30 tahun menyatakan bahwa “66% responden menganggap kepolisian buruk dan dipenuhi korupsi, sementara 34% mengatakan instansi kepolisian baik dan bebas korupsi”(<https://www.merdeka.com/peristiwa/survei-tii-citra-polisi-buruk-dan-korup-di-mata-anak-muda.html>, diakses pada 19 Maret 2017 pukul 14.24 WIB). Selain itu pada tahun 2015 citra kepolisian juga dirasakan mengalami penurunan hal ini seperti yang dikutip dari halaman <http://news.liputan6.com/read/2267010/kapolda-metro-kepercayaan-publik-pada-polisi-menurun>, diakses pada 11 Februari 2017 pukul 17.01 WIB) dalam pidatonya, Kapolda Metro Jaya, Irjen Polisi Tito Karnavian menyampaikan bahwa :

Saya bicarakan citra Polri. Kita harus cermati betul. Hasil survei suara pandangan masyarakat di media, adanya kecenderungan kepercayaan publik kepada Polri ini menurun, Penyebabnya mulai dari pelayanan publik yang kurang bagus. Saat masyarakat melapor polisi, pilih-pilih. Yang tidak kasih uang, kita sepelekan, Dalam pelayanan SIM masih banyak calo. Harganya didongkrak naik. Kemarin Pak Kabid Propam menangkap anggota, yang mematok harga SIM sampai Rp 600 ribu. Saya sampaikan, langsung diproses itu, Cukup banyak di bidang reserse. Nah ini kalau dibiarkan dapat berakibat buruk, kepercayaan publik yang jatuh dan turun dapat merugikan organisasi Polri. Risiko macam-macam, status Polri bisa digugat, agar ditempatkan kembali di bawah kementerian, Dulu di zaman orde baru kita bagian dari penguasa, tapi sekarang kita kembalikan ke tugas awalnya mengawal dan melayani masyarakat.

Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah salah satu lembaga pemerintahan yang bergerak di bidang hukum dan bertugas menjaga kenyamanan dan

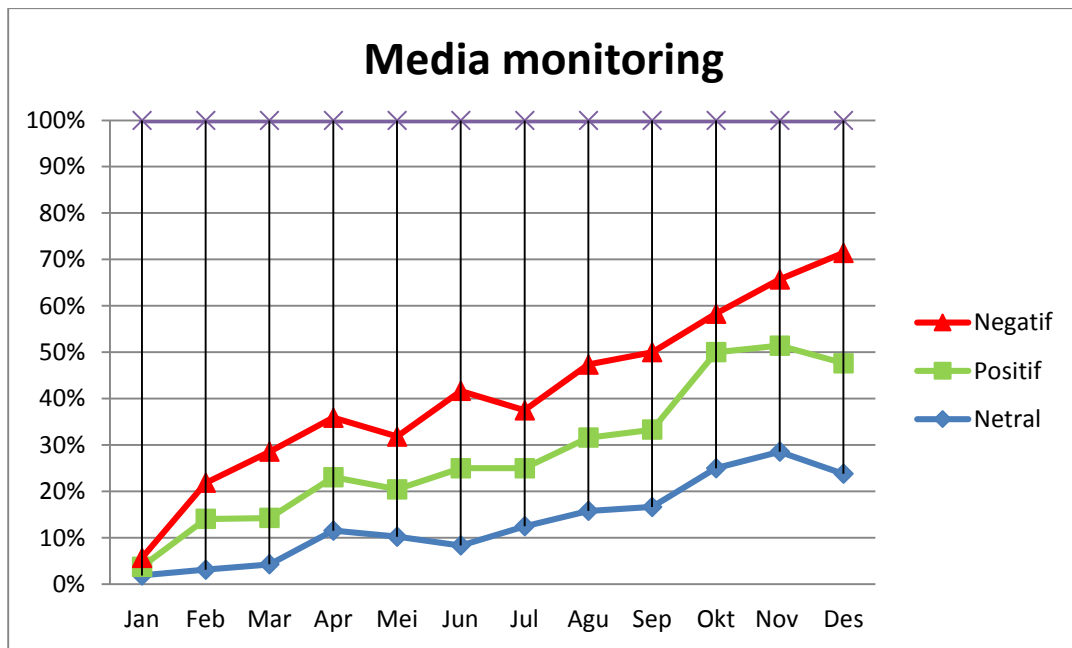
ketertiban. Sebagai lembaga yang menjaga ketertiban dan keamanan Polda DIY berhubungan langsung dengan masyarakat guna mewujudkan Yogyakarta yang aman dan tertib. Dikutip dari halaman <http://www.harianjogja.com/baca/2015/10/17/menpan-dorong-polda-diy-tingkatkan-pelayanan-publik-652524> diakses pada 6 Mei 2017 pukul 09.01 WIB) Menteri Pemberdayaan Aparatur Negara (Menpan) mendorong Polda DIY untuk meningkatkan pelayanan publik, dalam pidatonya Yuddy Chrisnandi menyampaikan bahwa :

Jogja atau lebih luas DIY, telah dipilih sebagai model percontohan dalam tata kelola pelayanan publik. Untuk terus mewujudkan konsistensi tersebut, maka institusi kepolisian harus ikut menyokong. Utamanya di bidang kelalulintasan dan kamtibmas. DIY dijadikan sebagai percontohan karena sebagai ibukota Provinsi, menjadi salah satu motor penggerak ekonomi kawasan dan sebagai destinasi pariwisata dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik.

Namun belakangan ini diketahui bahwa kinerja institusi kepolisian kurang baik dimata masyarakat yang salah satunya disebabkan oleh pemberitaan-pemberitan media yang mempengaruhi citra positif yang dimiliki institusi kepolisian Polda DIY. Seperti yang disampaikan oleh Kompol Sri Sumarsih Bidhumas Polda DIY pada 14 Februari 2017 pukul 11.00 WIB bahwa ;

Tentunya terkait pemberitaan di media ada beberapa kecenderungan pemberitaan yang mengakibatkan naik turunnya citra Polda, seperti ketika Polda mendapatkan penghargaan terkait program kegiatan ataupun pemberitaan yang sifatnya positif tentunya berbanding lurus dengan citra yang di pandang masyarakat, begitu juga sebaliknya ketika keluar berita seperti keterlibatan oknum kepolisian dalam perbuatan melanggar hukum, hal tersebut akan berdampak terhadap seluruh instansi kepolisian baik jajaran Polsek, Polda bahkan Polri, karna Polisi merupakan satu kesatuan.

Tidak hanya itu, melihat dari hasil *monitoring* pemberitaan media yang dilakukan Bidhumas, Polda DIY dalam satu tahun pemberitaan terus mengalami peningkatan jumlah pemberitaan di media massa.



Gambar 1. Grafik Jumlah Pemberitaan Polda DIY (Dokumen Laporan Tahunan Bidang Humas Polda DIY)

Dapat dilihat pada gambar di atas, bahwa jumlah pemberitaan mengenai Polda DIY bertambah setiap tahunnya, namun berdasarkan kategori berita yaitu jumlah *bad news* (berita negatif) semakin bertambah dan jumlah *good news* (pemberitaan positif) maupun berita netral mengalami penurunan di akhir tahun.

Contoh misalnya ketika anggota Polda menangkap pengedar narkoba atau berhasil mengamankan bom atau prestasi-prestasi lainnya kecenderungan pemberitaan positif naik, namun hal ini masih akan berubah, dan jika dilihat akhir-akhir ini ada beberapa kasus melibatkan oknum anggota kepolisian yang terbukti terlibat dalam kasus hukum, dan tidak bisa kita pungkiri hal tersebut mengakibatkan meningkatnya pemberitaan negatif hal ini yang kemudian berimbas

kepada citra institusi kepolisian dalam lingkup daerah maupun jajaran yang lebih tinggi akan terkena imbasnya. Dan pemberitaan netral biasanya terkait pada kegiatan rutin yang di sampaikan seperti misalnya penyampaian kebijakan baru pengurusan SIM dll. (Hasil wawancara dengan Sri Sumarsih Bidhumas Polda DIY, wawancara pada 14 Februari 2017 pukul 11.00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan diatas, maka akan berdampak pada berkurangnya kepercayaan publik atau masyarakat terhadap kepolisian DIY, berbicara tentang citra dan kepercayaan publik dalam sebuah organisasi akan selalu berkaitan dengan peran humas yaitu sebagai mediator yang menjembatani antara organisasi dan publiknya, serta membangun hubungan baik dengan semua *stakeholdernya*.

Menurut Effendy dalam bukunya “*Ilmu komunikasi Teori Dan Praktek*” istilah “hubungan masyarakat” yang disingkat “humas” sebagai terjemahan dari istilah *Public Relations* (Effendi, 2009 : 131). Dengan pengertian bahwa sasaran kegiatan adalah *internal public* (khalayak dalam) dan *eksternal public* (khalayak keluar) yang merupakan sasaran kegiatan *Public relations*. Dengan demikian didalam suatu instansi dibutuhkan *Public relations* atau hubungan masyarakat (humas) yang mempunyai fungsi menjembatani antara suatu instansi dengan publiknya, yang mana disini antara polisi dengan masyarakat.

Menurut *International Public Relations Association (IPRA)* (dalam Rumanti, 2005:11), *Public Relations* merupakan fungsi manajemen dari sikap yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi,

lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan pelaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas. Khususnya institusi polisi yang dimaksudkan agar dapat tetap berjalan dengan baik meningkatkan pelayanan bahkan memberikan rasa aman dan nyaman terhadap masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber saat diwawancarai oleh peneliti.

Hubungan Masyarakat (humas), merupakan bagian/devisi yang penting dan dibutuhkan oleh setiap instansi untuk menjaga hubungan baik dengan pihak internal maupun eksternal dalam rangka menjaga nama baik dan citra instansi. Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta juga memiliki humas yang lebih dikenal dengan staff Bidang Hubungan Masyarakat (Bidhumas) yang bertugas selain menjaga hubungan baik dengan masyarakat, menjalin *Media Relations* dan juga meningkatkan citra kepolisian dengan melaksanakan program-program kerja kehumasan. Sebagai respon dari berbagai kasus yang terjadi, maka humas Polda DIY membuat beberapa program media relations untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat serta mengembalikan citra baik kepolisian. (Hasil wawancara dengan Sri Sumarsih Bidhumas Polda DIY, wawancara pada 14 Februari 2017 pukul 11.00 WIB).

Konsep kehumasan yang digunakan bertujuan untuk mendapatkan publisitas di media massa baik media cetak, elektronik maupun *online*. Publisitas tersebut merupakan sebuah hal yang penting, mengingat publisitas dapat menunjukkan dukungan dari pihak media massa yang dapat menggerakkan opini yang dalam hal ini masyarakat DIY. Salah satu cara yang dapat dilakukan Polda DIY yaitu Bidhumas

yang salah satu fungsinya menjadi pusat komunikasi publik dalam mendapatkan publisitas yang baik. Bentuk kegiatan yang dilakukan salah satunya dengan *media relations* merupakan aktivitas membina hubungan baik dengan kalangan *pers* yang mengelola media cetak, media *online*, elektronik maupun radio. Sebagai salah satu cabang dari aktivitas *public relations*, maka *media relations* menjadi hal yang sangat penting agar dapat dijadikan pendukung upaya pencapaian tujuan yang ingin dicapai oleh Polda DIY.

Humas dan mitranya media massa saling mempunyai keterkaitan. Keduanya saling membutuhkan. humas sebagai sumber informasi, sedangkan media sebagai sarana dalam publikasi kebijakan lembaga atau instansi. Untuk mencapai tujuan humas, yang salah satunya adalah menciptakan pemberitaan positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi maka perlu adanya kegiatan humas yang dilakukan melalui media, hal ini berkaitan dengan keberadaan publik yang tersebar luas sehingga sulit dijangkau apabila tidak menggunakan media massa.

Media Relations adalah aktivitas komunikasi publik relations/humas untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang. Oleh karena itu, *media relations* adalah wajib hukumnya bagi humas karena keuntungan menjalin hubungan dengan media bisa berdampak pada meningkatnya *brand image*, yang berujung pada meningkatnya produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada

konsumen atau pasar (Nurudin, 2008: 37). Sebagaimana yang dikemukakan oleh Bidhumas Polda DIY saat diwawancarai oleh peneliti.

Sebagai pengayom, pelayan, dan penegak hukum sudah sepatutnya kepolisian melakukan pelayanan sesuai dengan komitmen yang telah di informasikan oleh Jenderal Polisi M Tito Karnavian Profesional, Modern dan Terpercaya agar terciptanya rasa percaya dan nyaman dari masyarakat. (Bidhumas Polda DIY, Kompol Sri Sumarsih, wawancara 14 Februari 2017 pukul 11.00 WIB).

Jenderal Polisi M Tito Karnavian telah resmi menjabat sebagai Kepala Kepolisian Republik Indonesia menggantikan Jenderal Pol Badrodin Haiti yang akan memasuki masa purnatugas. Pelantikan Jenderal Pol Tito Karnavian sebagai Kapolri baru dilakukan langsung oleh Presiden RI Ir Joko Widodo di Istana Negara, Jakarta, Rabu (13-07-2016). Kapolda Metro Jaya, Irjen Polisi Tito Karnavian menyampaikan bahwa : (Sumber : <https://www.tribrataneews.com/inilah-program-kerja-kapolri-baru-sejak-100-hari-pertama-hingga-desember-2021/>) (diakses pada 4 April 2017 pukul 02.53 WIB)

Saya kira banyak yang memberikan dukungan, sepanjang dalam rangka membangun Polri. Karena itu adalah komitmen kami bersama adalah untuk membangun Polri, Polrinya baik maka akan bermanfaat bagi perkembangan demokrasi dan sistem pemerintahan, termasuk menjadi negara dan bangsa yang kuat, visi saya adalah terwujudnya Polri yang makin profesional, modern, dan terpercaya, guna mendukung terciptanya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berdasarkan gotong-royong. tegas Jenderal Pol Tito Karnavian saat fit and proper test calon Kapolri di Kompleks Parlemen Senayan, Jakarta, Kamis (23-06-2016).

Visi itu kemudian dijabarkan sebagai berikut:

1. Profesional: Meningkatkan kompetensi SDM Polri yang semakin berkualitas melalui peningkatan kapasitas pendidikan dan pelatihan, serta melakukan pola-pola pemolisian berdasarkan prosedur baku yang sudah dipahami, dilaksanakan, dan dapat diukur keberhasilannya.
2. Modern: Melakukan modernisasi dalam layanan publik yang didukung teknologi sehingga semakin mudah dan cepat diakses oleh masyarakat, termasuk pemenuhan kebutuhan yang makin modern.
3. Terpercaya: Melakukan reformasi internal menuju Polri yang bersih dan bebas dari KKN, guna terwujudnya penegakan hukum yang obyektif, transparan, akuntabel, dan berkeadilan.

Namun Kapolri Jenderal Pol Tito Karnavian mengakui, jelang 100 hari kepemimpinannya, hasil evaluasi pelaksanaan visi yang diusungnya belum menuai kemajuan sebagaimana yang diharapkan. Selain karena faktor besarnya institusi Polri secara personel, menurut Jenderal Pol Tito Karnavian, salah satu yang menjadi penyebab tak membuahkan kemajuan maksimal adalah kurangnya kesadaran anggota akan pentingnya kepercayaan masyarakat.

Mereka belum menyadari bagaimana pentingnya *'public trust'*, mereka belum menyadari pentingnya peran mereka, setidaknya ada tiga faktor yang membuat rendahnya kepercayaan masyarakat

terhadap Polri. Pertama, kinerja yang belum maksimal, khususnya yang menyangkut pelayanan masyarakat. Kedua adalah faktor kultural atau perilaku, dimana arogansi anggota masih sering terjadi. Ketiga, manajemen media yang kurang baik. Dari ketiga faktor tersebut, manajemen media dinilai memiliki pengaruh paling tinggi. Tegas tegas Jenderal Pol Tito Karnavian saat fit and proper test calon Kapolri di Kompleks Parlemen Senayan, Jakarta, Kamis (23-06-2016). (Sumber : <https://www.tribatanews.com/inilah-program-kerja-kapolri-baru-sejak-100-hari-pertama-hingga-desember-2021/> (diakses pada 4 April 2017 pukul 02.53 WIB)

Kepercayaan masyarakat terhadap institusi Polri, hal inilah yang diidamkan Kapolri Jenderal Pol Tito Karnavian lewat visi yang diusungnya begitupun di Polda DIY. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian terhadap aktivitas *media relations* dari polda DIY, bagaimana proses didalamnya. Oleh sebab itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul *Aktivitas Media Relations Polda DIY dalam Pemberitaan Media pada Tahun 2016*.

Penelitian terdahulu yang sejenis pernah dilakukan oleh Argo Rohadian Saputro (2012) dengan judul *Media Relations Sebagai Upaya Pembentukan Citra Positif (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Kegiatan Media Relations Humas PMI Kota Surakarta sebagai Upaya Pembentukan Citra Positif)* Dari penelitian ini ditemukan hasil bahwa peran penting media massa mempunyai peran kedudukan sebagai rekan kerja yang sangat penting dalam bidang komunikasi dan informasi bagi humas PMI kota Surakarta.

Skripsi yang kedua yaitu milik Muhammad Shauman Awalini Suriardi (2013), mahasiswa Hukum masyarakat dan Pembangunan, Fakultas Hukum Universitas

Hassanudin Makassar, Sulawesi Selatan yang berjudul “*Membangun Citra Polisi dalam Penanggulangan Tindak Pidana Pelanggaran Lalu Lintas di Polres Wajo*”.

Dengan demikian yang didapatkan dari penelitian ini, untuk mengetahui cara yang dilakukan oleh pihak kepolisian dalam membangun citra polisi karena adanya perilaku menyimpang dari oknum – oknum polisi.

Penelitian yang terakhir yang menjadi rujukan yaitu skripsi milik Kirana Ambarwati (2009), mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *Peran dan Strategi Public Relations dalam Membangun Citra, Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. (Persero) Angkasa Pura I Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto*. Dari penelitian ini ditemukan hasil, citra adalah hal penting maka dari itu Kirana melakukan penelitian untuk melihat bagaimana peran humas dan pelayanan dalam membangun citra, menghadapi masalah dan menanamkan citra positif di mata masyarakat.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya “bagaimana aktivitas *media relations* Polda DIY dalam pemberitaan media pada tahun 2016?”

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan tentang bagaimana Aktivitas Media Relations dalam Pemberitaan Media Bidang Humas Polda DIY pada Tahun 2016.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini adalah suatu penelitian di bidang kehumasan yang di harapkan dapat memberikan gambaran tentang peran dan fungsi *media relations* antara teori dan praktek dalam hal meningkatkan citra. Disamping itu, penelitian ini dapat sebagai referensi dan menambah wawasan kepustakaan bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan, terutama wawasan dalam kajian *media relations* yang meneliti tentang aktivitas *media relations* Polda DIY dalam pemberitaan media pada tahun 2016.

2. Manfaat Praktis

Untuk Polda DIY diharapkan menjadi pertimbangan Bidang Humas Polda DIY dalam proses pembentukan citra kepolisian di Daerah Istimewa Yogyakarta agar semakin baik kedepannya. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan dan evaluasi Bidang Humas Polda DIY mengenai aktivitas *media relations* sebagai usaha pembentukan citra positif.

E. Kerangka Teori

1. *Public Relations*

Public Relations adalah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu mendefinisikan

filosofi serta memfasilitasi perubahan organisasi. Menurut pendapat Scott M.

Cutlip dan Allen H. Center dalam Ruslan (2002:27) bahwa :

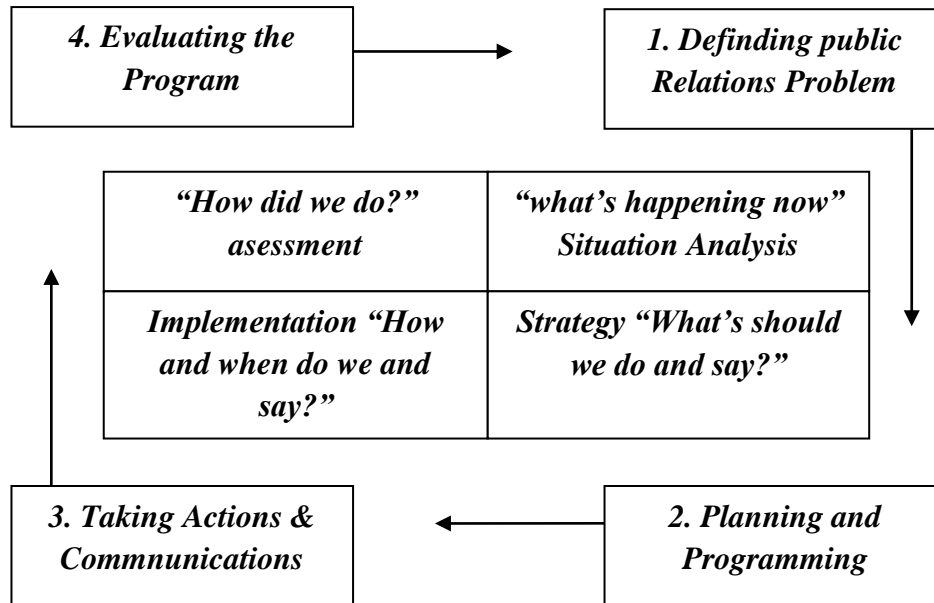
Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya.

Public Relations merupakan perantara antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai publik mereka berhak mengetahui rencana kebijaksanaan, aktivitas, program kerja dan rencana-rencana usaha suatu organisasi atau perusahaan berdasarkan keadaan, harapan-harapan, keinginan-keinginan publik sebagai sarannya. *Public Relations* merupakan bagian dari proses perubahan dan pemecahan masalah di dalam organisasi yang dilakukan secara ilmiah.

Menurut Cutlip dan Center ada 4 proses kerja *Public Relations* yaitu :

Bagan 1.
Langkah proses *Public Relations*

(*Wheel Spinning Public Relations Model*)



Sumber : M. Cutlip, Scott M., Allen. H. Center & Glen M. Broom, 2009, *Effective Public Relations* (9th edition), Kencana Prenada Media Group

Tahapan diatas dipaparkan sebagai berikut :

a. *Defining the Problem (Fact Finding) atau Pengumpulan Fakta*

Tahap pertama ini mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perialaku pihak-pihak yang terkait dengan dan dipengaruhi oleh tindakan dan kebijaksanaan organisasi.

b. *Planning and Programming*

Informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, strategi tujuan, tindakan dan

komunikasi, taktik, dan sasaran. Tahap ini akan mempertimbangkan temuan dari langkah dalam membuat kebijakan dan program organisasi.

c. Taking Action and Communicating

Tahap ketiga adalah mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang di desain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan program.

d. Evaluating the Program

Tahap terakhir dalam proses ini adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Penyesuaian akan dilakukan seiring program diimplementasikan, dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang bagaimana program itu berhasil atau tidak.

Banyak cara yang dilakukan agar sebuah lembaga atau institusi mendapat citra positif. Pada saat ini, kita hidup ditengah masyarakat komunikasi massa yang selalu membutuhkan informasi dari media massa. Kegiatan komunikasi dalam konteks humas banyak memanfaatkan media massa untuk berkomunikasi dengan publiknya media massa sangatlah penting bagi kegiatan dan program kehumasan.

Media dan humas pada dasarnya saling mempunyai keterkaitan. Ketika suatu instansi atau lembaga mengadakan suatu kegiatan yang membutuhkan media untuk meliput agar pesan dapat sampai kepada publik. Tetapi

sebaliknya, jika dalam suatu instansi atau lembaga terjadi masalah maka media akan mencari sumber permasalahannya. Oleh karenanya, humas haruslah berhubungan baik dengan media agar terjadi hubungan yang saling menguntungkan diantara keduanya.

2. *Media relations*

a. Pengertian *Media Relations*

Media relations adalah salah satu kegiatan praktisi *public relations* yang menjalin hubungan keluar (*public relations eksternal*), khususnya menjalin hubungan baik dengan media/pers. Mengacu pada beberapa pendapat dalam pengertian *media relations* diantaranya;

Media relations merupakan bagian dari *public relations external* yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. (Iriantara, 2005: 31)

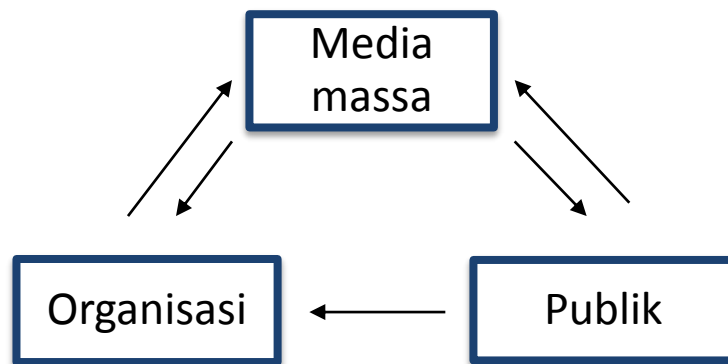
Philip Lesly menjelaskan bahwa *media relations* merupakan hubungan dengan *pers* yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Pada penjelasan Lesly menekankan dalam *media relations* lebih pada publisitas. (Damastuti, 2012: 42)

Suatu kegiatan khusus dari pihak PR untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk, hingga kegiatan yang bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama

dengn pihak *pers* atau media untuk menciptakan publikasi dan citra positif. (Ruslan, 2005: 162).

Secara sederhana, jika digambarkan arus komunikasi dalam praktik media relations yaitu sebagai berikut:

Bagan 2
Arus Komunikasi *Media relations*



Sumber: Yosol Iriantara, 2005, *Media relationship, konsep, pendekatan & praktik*

Gambar tersebut menunjukkan, organisasi menyampaikan informasi, gagasan atau citra melalui media massa kepada publik. Sedangkan publik, bisa menyampaikan aspirasi, harapan, keinginan atau informasi melalui media massa pada organisasi. Namun publik juga bisa menyampaikan secara langsung melalui saluran komunikasi yang tersedia antara publik dan organisasi. Saluran tersebut bisa berupa saluran komunikasi formal, seperti layanan bebas pulsa yang disediakan *customer service* organisasi. Selain itu juga melalui saluran informal

melalui kontak komunikasi langsung dengan staff organisasi dalam kesempatan yang informal pula. (Iriantara, 2005: 31).

b. Fungsi dan Tujuan Media Relations

1. Fungsi *Media Relations*

Jhonson menegaskan bahwa media memiliki peran dan fungsi yang sangat penting bagi perusahaan. Pertama, fungsi *media relations* dapat meningkatkan citra perusahaan. Kedua, meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Ketiga, meningkatkan *point of selling* dari produk dan jasa. Keempat, membantu perusahaan keluar dari komunikasi krisis. Kelima, meningkatkan relasi dari berbagai publik, seperti terhadap lembaga pemerintah, perusahaan-perusahaan, organisasi kemasyarakatan, maupun individu. (Saputara, 2011: 134).

Jhon Vivian memberikan perhatian khusus pada posisi *media relations* bahwa *public relations* memiliki tanggung jawab fungsional (Saputara, 2011: 134).:

- a) Relasi Eksternal. Komunikasi yang dijalani dengan kelompok orang-orang diluar perusahaan, konsumen, dealer, supplier, tokoh masyarakat, orang-orang pemerintahan.

- b) Relasi Internal. Komunikasi yang dikembangkan untuk menjaga hubungan optimal antara karyawan, manajer, serikat pekerja, pemegang saham, dan kelompok lainnya.
- c) Relasi Media. Komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan media massa.

2. Tujuan *Media Relations*

Nurdin berpendapat bahwa:

Apa yang menjadi tujuan humas juga menjadi tujuan hubungan media. Tujuan hubungan media tidak sekedar memberikan informasi semata, tetapi menciptakan citra positif bagi sebuah lembaga yang bersangkutan. Semakin baik hubungan media yang kita lakukan, semakin baik pula citra lembaga atau perusahaan kita. Begitu pula sebaliknya (Nurdin, 2008: 13)

Wardhani memberikan rumusan tentang tujuan *media relations*

secara terperinci bagi organisasi (Wardhani, 2008: 12) yaitu:

- a) Untuk memperoleh publikasi seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga atau organisasi yang baik untuk diketahui umum.
- b) Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, ulasan, tajuk, wajar, objektif dan seimbang) mengenai hal-hal yang menguntungkan lembaga dan organisasi.
- c) Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembaga atau organisasi.

- d) Untuk melengkapi data atau informasi bagi pimpinan lembaga atau organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian (*assesment*) secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan lembaga atau organisasi.
- e) Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.

3. Pembinaan Hubungan dengan Media

Bagi praktisi PR, *media relations* merupakan suatu keharusan, hal ini diungkapkan oleh Jerry Dalton Jr, salah seorang manajer komunikasi perusahaan di *Aircraft Company*. Jerry mengatkan, “*Praktisi PR sangat penting perannya dalam menjalin hubungannya dengan media*”. Hal tersebut dapat diartikan bahwa hubungan media sangat penting dilakukan untuk menunjang keberhasilan kegiatan PR. (Nurdin, 2008: 12).

Frank Jefkins menjalankan prinsip-prinsip umum untuk membina hubungan dengan media yang baik (Ardianto, 2011: 266) sebagai berikut:

- a) *By serving the media* (memahami dan melayani media).
Memberikan pelayanan kepada media. Misalnya PR harus mampu menciptakan kerjasama dengan media. PR harus menciptakan suatu hubungan timbal-balik.

- b) *By establishing a reputations for reliability* (membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya). Menegakan suatu reputasi agar dapat dipercaya. Misalnya selalu menyiapkan bahan-bahan informasi akurat dimana dan kapan saja diminta. Wartawan selalu ingin tahu sumber berita paling baik untuk mendapatkan informasi yang akurat dan hubungan timbal-balik terjalin semakin erat.
- c) *By supplying good copy* (menyediakan salinan yang baik). Memasok naskah informasi yang baik. Misalnya menyediakan naskah yang baik, menarik perhatian, pengadaan gambar atau foto, pembentukan gambar atau foto yang baik. Juga pengiriman *news release* sehingga hanya sedikit yang memerlukan penulisan ulang.
- d) *By cooperationsin providing material* (bekerjasama dalam penyediaan materi). Melakukan kerjasama yang baik dalam penyediaan bahan informasi. Misalnya merancang wawancara *pers* dengan seseorang yang dibutuhkan pers ketika itu.
- e) *By providing verification facilities* (menyediakan fasilitas verifikasi). Penyediaan fasilitas yang memadai. Misalnya: memberikan fasilitas yang dibutuhkan wartawan sewaktu menggali berita.

f) *By building personal relationship with the media* (membangun hubungan personal yang kokoh). Yaitu membangun hubungan secara personal dengan media. Hal ini yang mendasari keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing.

Hubungan yang terjalin antara humas dan media tidak selamanya berjalan mulus, ini disebabkan karena ada perbedaan orientasi maupun tujuan yang akan dicapai oleh masing-masing organisasi. Maka seringkali terjadi pertentangan antara yang diharapkan oleh humas dengan apa yang diberitakan oleh media. Disatu sisi humas menginginkan citra positif melalui pemberitaan media dan disisi yang lain media menginginkan suatu yang sensasional untuk kepentingannya.

Berikut adalah bagan yang menunjukkan perbedaan fungsi dan tugas antara humas dan media.:



Sumber: Rosady Ruslan, 2008, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*

Pertentangan antara humas dan media dapat diatasi seandainya hubungan tersebut berlandaskan kepada prinsip-prinsip keterbukaan, serta saling menghargai peran satu sama lain dan saling mendukung. Serta setiap pihak akan berfungsi serta bertindak sesuai dan terkait dengan kode etik profesinya masing-masing. Upaya tertentu dalam pembinaan hubungan media yang harmonis pada dasarnya dapat dilakukan melalui hal-hal berikut (Ruslan, 2007: 175) :

- a) Sikap saling menghargai kedua belah pihak (*mutual appreciation*),
- b) Saling pengertian tentang peran, fungsi, kewajiban dan tugas sesuai dengan etika profesi masing-masing (*mutual understanding*),
- c) Saling percaya akan peran untuk kepentingan bersama dan tidak untuk kepentingan sepihak (*mutual confidence*)
- d) Sikap saling toleransi dari kedua belah pihak (*tolerance*)

4. Kegiatan Media Relations

Dalam upaya membina hubungan media, PR melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media (Ardianto, 2011: 267) ;

- a) Penulisan *Press release*, yaitu informasi tertulis yang dikeluarkan oleh suatu lembaga atau organisasi untuk mempublikasikan di media massa. Dengan pemuatan siaran *pers*, lembaga memperoleh publisitas sehubungan dengan *event* yang diselenggarakan atau isu yang diangkat.
- b) Konferensi *pers*, yaitu kegiatan mengundang wartawan untuk berdialog, dengan materi yang telah disiapkan secara matang oleh penyelenggara, sedangkan sasaran pertemuan itu adalah pemuatan informasi di media massa dengan perantara wartawan yang diundang untuk menginformasikan segala bentuk informasi tentang organisasi, tentang isu yang diangkat, dan aktivitas yang telah/akan dilaksanakan.

- c) *Press Briefing*/jumpa *pers* rutin. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan lembaga kepada *pers*, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan wartawan. Bedanya dengan konferensi *pers*, *press briefing* dilakukan secara rutin, bahkan dilakukan untuk hal-hal kecil, sepanjang memiliki nilai berita.
- d) *Special Event*, yaitu menyelenggarakan kegiatan khusus yang melibatkan media, misalnya menjadi sponsor lomba penulisan jurnalistik, menyelenggarakan pertandingan olahraga antar wartawan, dsb.
- e) *Press Interview* (Wawancara), yaitu bertemunya wartawan dan narasumber dari suatu lembaga untuk menggali informasi atau mengklarifikasi berbagai persoalan, baik menyangkut organisasi maupun aktivitas kelembagaan.
- f) *Press luncheon*, yaitu pejabat PR mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan, sehingga pada kesempatan ini pihak *pers* bisa bertemu dengan top manajemen lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan/lemaga tersebut.
- g) *Press Tour*, yaitu mengajak kalangan wartawan berkunjung kesuatu lokasi, baik yang berada dilingkungannya, maupun ketempat lokasi yang memiliki kaitan dengan kiprah lembaga

tersebut, misalnya desa binaan lembaga dsb.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data. Pada pendekatan ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling; bahkan populasi atau samplingnya terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mampu menjelaskan fenomena yang diteiti; maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Karena pendekatan ini lebih menekankan persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2010: 56-57).

Alasan peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu untuk mengetahui secara mendalam tentang aktivitas *media relations* dalam pembentukan citra Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta oleh Bidang Humas Polda DIY. Menurut peneliti, penelitian dengan jenis dan format seperti ini akan mendapat hasil yang mendalam dan hasil yang absah karena telah melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi dan triangulasi data.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan cara mengamati dan mencatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2002:55). Data ini didapat dari hasil wawancara staff Bidhumas Polda DIY terkait kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Polda DIY

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, namun didapat dari buku-buku, website, majalah, brosur dan dokumen-dokumen lainnya yang relevan dengan permasalahan yang akan dikaji (Marzuki, 2002:55). Dalam hal ini kaitannya peneliti mencari data-dta pelengkap diantaranya melalui *website* dan dokumen-dokumen terkait polda DIY agar data yang didapatkan lebih lengkap.

3. Teknik Pengambilan Informan

Adapun teknik yang digunakan untuk menentukan informan dalam penelitian ini sebagai sumber data dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu dengan mempertimbangkan variasi berdasarkan latar belakang, bidang yang digeluti dan keterlibatan dengan objek penelitian. “Informan penelitian adalah subjek yang memahami

informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian “(Bungin, 2007: 78). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, subjek riset atau informan tidak terlalu besar jumlahnya (kriyantono, 2012: 46).

Mengingat informan sangat penting kedudukannya bagi penelitian terutama penelitian lapangan tentu tidak sembarang orang untuk dapat dijadikan subjek penelitian. Moleong menyebutkan bahwa ada lima persyaratan yang harus dimiliki oleh seorang agar layak dijadikan subjek penelitian (Moeleong, 2006:132).

1. Orang tersebut harus jujur dan bisa dipercaya
2. Orang tersebut memiliki kepatuhan pada peraturan
3. Orang tersebut suka berbicara, bukan orang yang sukar berbicara apalagi pendiam
4. Orang tersebut bukan termasuk anggota salah satu kelompok yang bertikai dalam latar penelitian
5. Orang tersebut memiliki pandangan tertentu tentang peristiwa yang terjadi

Informan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah anggota Bidhumas Polda DIY terkait prinsip kerja “Profesional, Modern dan Terpercaya”. Selain informan penanggap yaitu informan *media relation* yang bekerjasama dengan Polda DIY. Alasan peneliti menggunakan informan

tersebut adalah karena peneliti mengetahui bahwa mereka mempunyai banyak keterlibatan dalam penelitian dan mereka dapat memberikan pandangan dari segi orang yang bersifat netral terkait hal-hal yang berkaitan dengan proses penelitian.

Kriteria Informan adalah sebagai berikut :

a. Informan Polda

1) Anggota aktif Bidang Humas DIY

- Anggota aktif : Anggota yang masih berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan Polda DIY terkait peningkatan citra positif, ikut menjadi bagian dalam pembuatan keputusan serta turut melaksanakannya.

2) Mengetahui prinsip kerja Bidang Humas Polda DIY.

3) Masuk dalam struktur organisasi Bidang Humas Polda DIY.

b. Informan Media

Media-media relasi yang masih bekerja sama dengan Polda DIY

- Media yang ikut serta mempromosikan/mempublikasikan berupa program-program atau kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan peningkatan citra Polda DIY baik media cetak maupun elektronik.

- c. Informan dalam penelitian penulis yaitu :
- a) Kepala Bidang Humas Polda DIY Anny Pudjiastuty. Selain menjabat sebagai kepala bidang bagian informasi dan hubungan masyarakat beliau adalah yang memberikan perintah dan wewenang untuk informasi yang diberikan.
 - b) Kompol Sri Sumarsih staff Bidang Humas dan penyusun bahan siaran dan pemberitaan. Narasumber ini dipilih karena bertanggung jawab dan berhubungan dengan kegiatan *media relations* yaitu penyusun bahan siaran dan pemberitaan.
 - c) Wartawan yang menjadi relasi media di Polda DIY, wartawan yang menjadi narasumber dalam penelitian ini berjumlah 2 orang yang masing-masing berasal dari media massa yang berbeda.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Hal ini karena tujuan dari penelitian itu sendiri adalah untuk memperoleh data. Dengan demikian, maka tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi standar yang di tetapkan. Pada bagian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam (*indepth interview*) dan studi dokumentasi (Sugiyono, 2007:147).

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengambilan data yang sangat sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara adalah kegiatan Tanya jawab antara peneliti dan informan. Wawancara kualitatif biasanya tidak terstruktur dan biasanya memerlukan kedekatan antar periset dan informan agar lebih luwes dalam menyampaikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan.

Wawancara dilakukan secara mendalam, karena data yang dibutuhkan berkaitan dengan prinsip kerja Polda yang bersifat abstrak sehingga perlu digali lebih dalam agar mendapat data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2007; 83) studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini akan semakin tinggi jika melibatkan/menggunakan studi dokumen ini dalam metode penelitian kualitatifnya. Dalam hal ini studi dokumen dilakukan dengan menganalisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian seperti majalah internal, berita-

berita di media, buku, regulasi pemerintah, dan artikel-artikel dari internet.

5. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, tahap selanjutnya adalah menganalisis data. Dalam proses analisis data secara keseluruhan melibatkan pemaknaan pada teks maupun gambar. “Yang diperlukan ketika analisis data yaitu mempersiapkan data untuk dianalisis, memperdalam pemahaman terhadap data tersebut, menyajikan data dan membuat interpretasi makna yang lebih luas akan data tersebut” (Creswell, 2013: 274). Analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan analisis (Nasution dalam Ardianto (2010: 216)). Miles dan Huberman dalam Afrizal (2014: 178) membagi analisis data dalam penelitian kualitatif menjadi tiga tahap, yaitu:

1. Mereduksi data.

Data yang diperoleh dari lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang rinci. Laporan-laporan tersebut perlu direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema atau polanya (Ardianto, 2011: 216). Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan, juga mempermudah peneliti mencari kembali data bila diperlukan.

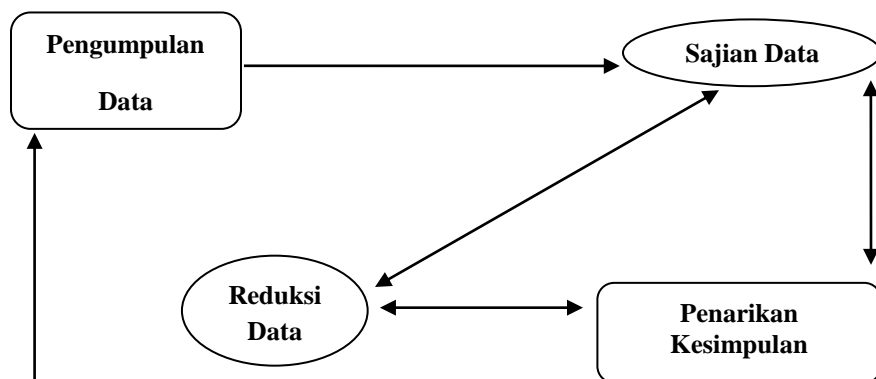
2. Menyajikan data.

Tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan berupa katagori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matriks dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian, yang merupakan temuan penelitian.

3. Menarik kesimpulan/verifikasi.

Tahap menarik kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kebenaran interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data ini dilakukan untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan (Afrizal, 2014: 178).

Bagan 4.
Model Analisis Interaktif



Sumber : Miles dan Huberman, 2007:16-21

6. Metode Keabsahan Data

Setelah melakukan analisis data, tahap selanjutnya adalah menguji keabsahan data yang telah diambil dan dianalisis sebelumnya. Dalam hal ini metode keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi, yaitu menganalisis jawaban informan dan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang tersedia (Kriyantono, 2012: 148). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber data, yaitu dengan membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda. Menurut Moleong (2006) dalam Bungin (2007: 265), triangulasi sumber data memberi kesempatan untuk melakukan hal sebagai berikut:

- (1) Penilaian hasil penelitian dilakukan oleh responden,
- (2) Mengoreksi kekeliruan oleh sumber data,
- (3) Menyediakan tambahan informasi secara sukarela,
- (4) Memasukan informan dalam kancah penelitian, menciptakan kesempatan untuk mengikhtisarkan sebagai langkah awal analisis data,
- (5) menilai kecukupan menyeluruh data yang dikumpulkan.

Dalam penelitian ini peneliti menguji kredibilitas data yang dilakukan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan teknik yang sama. Dimana data

yang diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan melakukan observasi di tempat objek penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini adanya sistematika penulisan berfungsi untuk mempermudah penulisan penelitian, yang terdiri dari empat bab yaitu :

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Menyajikan gambaran umum mengenai profil Polda DIY.

Bab III Berisikan penyajian data dan analisis data yang telah diperoleh dengan penjelasan dan analisis persepsi.

Bab IV Penutup, yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.