

AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* HUMAS KEPOLISIAN (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA BAGIAN HUMAS DI POLRESTA SURAKARTA DALAM MENJALANKAN *MEDIA RELATIONS*)

Kartika Sari

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Humas Polresta Surakarta menjalankan fungsi hubungan masyarakat dalam membentuk citra positif, dan menekan pemberitaan negatif yang beredar di masyarakat, guna meningkatkan kepercayaan masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana Aktivitas Humas di Polresta Surakarta dalam menjalankan *Media Relations*. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan narasumber Kepala Sub Bagian Humas dan Kepala Urusan Humas Polresta Surakarta, juga mewawancarai wartawan dari media massa lokal. Observasi di lapangan juga penulis lakukan guna mengamati kegiatan-kegiatan media relations yang dilakukan. Penulis juga menggunakan studi pustaka untuk mendeskripsikan penelitian ini supaya lebih jelas. Dari hasil penelitian, Humas melakukan aktivitas media relations dengan beberapa strategi. Pertama, dengan mengelola relasi yang bertujuan menjalin hubungan baik dengan institusi media massa terutama dengan para wartawan. Kedua, mengembangkan strategi yang dilakukan melalui pengembangan kemampuan personal anggota di bidang kehumasan dan media. Kemudian yang ketiga adalah dengan mengembangkan jaringan yaitu berhubungan baik dengan Persatuan Wartawan Indonesia, dengan pihak-pihak swasta juga dengan klub motor di Surakarta.

Kata kunci : *media relations*, *public relations*, Polresta Surakarta, media massa.

A. PENDAHULUAN

Setiap organisasi, yang diselenggarakan oleh Negara atau pemerintah maupun organisasi di luar pemerintah atau swasta, menginginkan citra positif dan baik di mata masyarakat sehingga keberadaan *Public Relations* sekarang ini mulai banyak diterapkan dan menjadi sangat penting. Dengan adanya UU Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP), serta Surat Edaran Komisi Informasi Nomor 1 tentang Pelayanan Informasi Publik. Semua Lembaga Pemerintah wajib memiliki Humas. UU Nomor 14 tahun 2008 tersebut baru diberlakukan 2 tahun kemudian karena banyak instansi atau Lembaga Pemerintah yang belum siap. Termasuk di dalamnya Lembaga Kepolisian Republik Indonesia. Dengan adanya

UU Nomor 14 tahun 2008 tersebut maka Polri merubah struktur organisasi tatakerja Polri yang sebelumnya tidak ada humas (dulu Penmas / Penerangan Masyarakat), maka dibentuk Humas dari tingkat pusat (Mabes Polri sampai dengan tingkat polsek). Yaitu dari Divisi Humas (Mabes), Bidang Humas (Polda), Kasubbag Humas (Polres) sampai Kasie Humas (Polsek).

Sub bagian Hubungan Masyarakat (Subbag Humas) Polresta Surakarta bertugas mengumpulkan dan mengolah data, serta menyajikan informasi dan dokumentasi kegiatan kepolisian yang berkaitan dengan penyampaian berita di lingkungan Polres dari meliputi, memantau, memproduksi, dan mendokumentasikan informasi yang berkaitan dengan tugas Polres. (<http://polresta-surakarta.com/>)

Berikut menurut Maria (2002:32) *Public Relations* pada dasarnya usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, internal atau eksternal melalui proses timbal balik, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi/perusahaan yang bersangkutan. Maka media tidak mungkin lepas dari fungsi komunikasi.

Kepolresta pernah mengatakan akan terus menjalin komunikasi dengan insan pers di Solo. Beliau menjelaskan, jika hubungan antara media dengan kepolisian merupakan hubungan yang tidak terpisahkan. "Hubungan kita merupakan hubungan yang simbiosis mutualisme, jadi saling membutuhkan." (Kepolresta Kombes Pol Nana Sudjana)

Peneliti tertarik karena seorang humas di lembaga pemerintah seperti kepolisian, berbeda dengan humas di organisasi atau perusahaan swasta. Humas di lembaga pemerintah pada awalnya bukanlah seorang ahli di bidang humas, tetapi bagaimanapun seorang humas di organisasi pemerintah maupun swasta harus dapat menguasai tugas humas termasuk dalam menjalankan *media relations*.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri. Karena manusia yang satu dengan yang lainnya berbeda, manusia memerlukan manusia lainnya untuk menjalani kehidupannya, dengan cara saling melengkapi. Untuk dapat saling melengkapi manusia memerlukan komunikasi untuk dapat berhubungan dengan manusia yang lainnya. Dengan komunikasi manusia yang satu dengan yang lainnya dapat bertukar pesan untuk mencapai tujuan bersama, mengingat komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2005: 10)

Menurut W. Emerson Reck, PR adalah pertama, lanjutan dari proses pembuatan ke-

bijaksanaan, pelayanan, dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan *goodwill* (itikad baik) dari publik. Kedua, pembuatan kebijaksanaan, pelayanan, dan tindakan untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang menyeluruh. (Ardianto, 2011: 9)

Sukses PR dalam melaksanakan fungsinya, merupakan keterlibatan seluruh individu dalam organisasi, masing-masing dalam tugasnya, mulai dari *top* dan *staff management* sampai tingkat yang paling bawah dalam manajemen. Di sini komunikasi dan kerja sama sangat vital dalam pencapaian tujuan PR. (Rumanti, 2005: 32)

Media merupakan jalur terpenting kegiatan PR. Meskipun kata itu seringkali hanya dipakai mengacu kepada penyiaran komunikasi melalui televisi dan radio, bagi kebanyakan PR kata ini mengacu kepada seluruh kerja wartawan: baik surat kabar dan majalah. (Greener, 2002: 23)

Di dalam suatu kegiatan hubungan masyarakat, media massa memainkan peranan yang besar sekali. Peranan yang besar ini disebabkan, karena media massa dapat mencapai khalayak yang luas jumlahnya. Dari segi biaya dan efektivitas, media massa dianggap sebagai sarana yang termurah untuk mencapai pihak yang diinginkan. (Assegaf, 1987: 26)

Sementara itu Frank Jefkins (1995: 98) mendefinisikan hubungan media sebagai usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan. Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa hubungan media itu merupakan salah satu bagian dari kegiatan humas. Jadi, apa yang menjadi tujuan humas menjadi tujuan hubungan media. Bahkan, bisa dikatakan hubungan media menjadi faktor penentu utama hidup dan matinya humas.

Lesly dalam buku Yosol (2008: 29), men-

jelaskan *media relations* sebagai berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi.

Tidak ada yang dapat mendikte apa yang harus diterbitkan atau disiarkan oleh media massa, di suatu masyarakat yang demokratis. (Jefkins, 1995: 99)

Media relations sebagai bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. (Iriantara, 2008: 32)

Membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa itu paling tidak berarti memenuhi dan menanggapi kebutuhan dan kepentingan media massa terhadap organisasi tersebut. Karena watak komunikasi dalam PR adalah dua arah, maka praktik *media relations* pun bukan hanya mengkomunikasikan ke luar organisasi melainkan juga menjadi komunikasi yang baik dari apa yang dikomunikasikan dari luar organisasi. (Iriantara, 2008: 32)

Dalam melakukan kegiatan atau aktivitas *media relations*, PR atau Humas sebuah Organisasi atau Institusi melakukannya dengan tiga cara atau strategi, yaitu :

1. Mengelola Relasi

Mengelola relasi yang baik dengan media menjadi sangat penting untuk menunjang kegiatan PR. Bahkan di banyak organisasi, ukuran keberhasilan kegiatan PR seringkali didasarkan pada jumlah pemberitaan yang disiarkan media massa. Tentunya hal ini didasarkan anggapan bahwa dengan adanya pemberitaan melalui media massa maka informasi bisa disebarluaskan pada publik-publik organisasi tersebut. Anggapan tersebut berlaku luas di berbagai organisasi sehingga setiap bagian PR satu organisasi pasti memiliki petugas yang setiap hari mengikuti pemberitaan di berbagai media untuk kemudian membuat klipingnya. (Iriantara, 2008: 80)

2. Mengembangkan Strategi

Strategi pada dasarnya merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan. Ada pula yang menyebut strategi sebagai rencana dan member penjelasan atas metode yang dipakai untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Karena itu, maka strategi *media relations* merupakan sekumpulan kebijakan dan taktik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan kegiatan *media relations* khususnya dan PR pada umumnya yang tentunya diacukan pada tujuan organisasi. Tujuan kegiatan PR merupakan penjabaran dari tujuan yang hendak dicapai organisasi, sehingga tujuan *media relations* pun akan terkait dengan tujuan organisasi tersebut. (Iriantara, 2008: 89-90)

3. Mengembangkan Jaringan

Pengembangan jaringan merupakan aspek pokok dalam *media relations* organisasi. Bagaimana mengembangkan jaringan tersebut, pada dasarnya mempertanyakan posisi kita dalam sistem komunikasi yang ada pada masyarakat. Banyak yang menyebutkan, salah satu cara untuk mengembangkan jaringan tersebut adalah memasuki organisasi-organisasi profesi atau memiliki kontak dengan organisasi profesi. (Iriantara, 2005: 95)

Agoglia dalam buku Iriantara (2008: 96) mengatakan bahwa, membuka jaringan relasi dengan media massa itu adalah untuk melapangkan jalan mendapatkan perhatian media massa.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Objek dari penelitian ini adalah Polresta Surakarta. Sesuai dengan bentuk pendekatan penelitian kualitatif dan sumber data yang akan

digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi dari catatan pribadi (informan) atau resmi, sumber kliping dari media.

Peneliti menentukan informan dengan teknik *purposive sampling*, artinya dengan memilih narasumber yang benar-benar mengetahui kondisi internal dan eksternal Polresta Surakarta, sehingga mereka dapat memberikan masukan secara tepat tentang pendukung, hambatan mengenai *media relations* di Polresta Surakarta.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bidang Humas Polresta Surakarta memiliki tujuh orang personel yang menangani urusan-urusan yang ada hubungannya dengan media massa dan dalam menjalin hubungan baik dengan media massa.

Kepala Sub Bagian Humas sendiri dikepalai oleh AKP Sis Raniwati, SH. MH, selaku Kasubbag Humas Polresta Surakarta memimpin enam anggota humas, yang pertama yaitu Kepala Urusan Humas yang dijabat oleh Sumarjo, S.Pd, seorang PNS golongan III / Penata Tk I. Kedua, Badan Urusan yang dijabat oleh Sunarno, seorang Bintara tinggi berpangkat Aiptu. Kemudian, sebagai anggota yaitu Deny Setyawan dan Erwin Dhebiyantoro, dua orang Bintara tinggi berpangkat Brigadir. Dan yang terakhir yaitu Pembantu Umum oleh Supiatun, dan Operator PID oleh Rahayu Kurniawati, Amd, PNS gol II.

Pertama adalah Mengelola Relasi, Humas Polresta Surakarta menjalin hubungan dengan para wartawan, dan juga dengan pimpinan redaksi, meskipun dengan pimpinan redaksi dilakukan jarang hanya apabila ada kunjungan media dengan Kapolres, dan yang lebih sering dan intens adalah dengan para wartawan, yaitu dilakukan setiap harinya, dengan makan bersama atau hanya mengobrol santai, Humas selalu meluangkan waktunya. Selain itu juga sering diadakan kegiatan bersama untuk lebih menambah kedekatan diantara kedua belah pihak.

Humas Polresta Surakarta memiliki tim penulis dan tim peliputan. Sedangkan untuk koordinator wartawan adalah AKP Sis Raniwati SH, MH selaku Kepala Sub Bag Humas sendiri. Beliau menghubungi para wartawan ketika ada kegiatan dan informasi mengenai situasi Kamtibmas di lingkungan Polresta Surakarta. Dan sebagai juru bicara pada waktu kegiatan jumpa pers atau gelar tersangka dan barang bukti, adalah Kombes Pol Asjima'in, SH selaku Kapolresta Surakarta yang berhak memberikan statemen dan Humas mendampingi, ketika Pimpinan berhalangan, itu menjadi tugas Kasubbag Humas untuk menyampaikan informasi dan mengeluarkan pernyataan.

Seluruh anggota jajaran Humas Polresta Surakarta menjalankan tugas menjalin hubungan baik dengan para wartawan, mulai dari Kasubbag Humas, Paur Humas, Baur Liput, Banum sampai Operator PID. Mereka selalu berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan wartawan akan informasi dan menjalin hubungan dengan para wartawan layaknya pertemanan. Seluruh anggota jajaran Humas Polresta Surakarta memperlakukan para wartawan layaknya seperti bagian dari Humas Polresta Surakarta. Layaknya hubungan pertemanan, mereka sering mengobrol masalah-masalah diluar tugas masing-masing, berbicara masalah keluarga, sepakbola dan lain lain.

Kedua adalah Mengembangkan Strategi, Humas Polresta Surakarta terus mengembangkan kemampuan personal anggota-anggotanya dibidang kehumasan atau *public relations*, kameramen, fotografi dan jurnalistik agar lebih kompeten. Humas Polresta Surakarta melakukannya dengan belajar sendiri atau latihan dengan mengundang dan meminta bantuan kepada wartawan. Dan juga dilatih dari Mabes. Hal itu dilakukan karena mereka menganggap bahwa kepolisian itu berbeda dengan instansi-instansi lain, dimana anggotanya harus bisa apapun bidang yang ditugaskan.

Humas Polresta Surakarta menggunakan berbagai media yang ada untuk menyampaikan pesan kepada publik. Humas Polresta Surakarta

mengundang para wartawan baik media elektronik maupun cetak dan media portal dalam kegiatan jumpa pers atau gelar tersangka dan barang bukti, tujuannya agar masyarakat bisa mengetahui informasi-informasi tidak hanya melalui media elektronik, namun juga media cetak dan media portal. Humas Polresta Surakarta juga membangun dan memelihara kontak dengan media massa. Humas Polresta Surakarta selalu melakukan *update database* wartawan. Kasubbag Humas Polresta Surakarta selalu menghubungi para wartawan via sms apabila ada informasi-informasi dan kegiatan-kegiatan. Dan juga Humas Polresta Surakarta selalu melayani para wartawan dengan memenuhi kebutuhan mereka akan informasi.

Masalah informasi, segala informasi mengenai pihak kepolisian di lingkungan Polresta Surakarta, Humas Polresta Surakarta memang diposisikan sebagai corong Polres Surakarta, dalam artian semua informasi-informasi mengenai Kamtibmas di lingkungan Polresta Surakarta, dan kegiatan-kegiatan penting di Polresta Surakarta, Humas yang berhak menginformasikannya kepada media massa. Jadi para wartawan datang ke Humas Polresta Surakarta apabila mau mendapatkan informasi-informasi tersebut. Dalam pelaksanaan gelar tersangka dan barang bukti, pihak Polresta Surakarta selalu mengizinkan para wartawan untuk melihat langsung. Informasi-informasi tersebut akan diberikan kepada para wartawan apabila sudah memenuhi syarat.

Dalam mendapatkan informasi, Kasubbag Humas selalu berkoordinasi dengan seluruh jajaran kepolisian di Indonesia untuk saling bertukar informasi, mengenai situasi Kamtibmas dan kegiatan yang berkaitan dengan pihak kepolisian. Dengan wartawan, wartawan juga memberikan informasi kepada Humas Polresta Surakarta, karena wartawan juga kadang-kadang lebih tahu terlebih dahulu mengenai suatu informasi atau kejadian, karena mereka berada di lapangan. Dengan masyarakat, apabila masyarakat ingin memberikan masukan-masukan, pengaduan atau bahkan keluhan-keluhan kepada pihak kepolisian, yang pertama bisa melalui

surat pembaca, yang kemudian akan diberikan tanggapan dan ditindak lanjuti. Kemudian yang kedua bisa melalui radio, melalui radio Metta FM, yang kemudian akan dicatat, lalu ditindak lanjuti. Dan yang terakhir bisa melalui website resmi Polresta Surakarta, yaitu <http://polresta-surakarta.com/> disana terdapat wadah tersendiri untuk layanan masyarakat yang dinamakan pengaduan *online*, jadi masyarakat bisa langsung mengadu melalui internet yang dikelola oleh Humas Polresta Surakarta.

Ketiga adalah Mengembangkan Jaringan. Dalam mengembangkan jaringan, Humas Polresta Surakarta berhubungan dengan organisasi profesi kewartawanan, seperti Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), guna memperluas jaringan dengan dunia media massa. Selain itu Humas Polresta Surakarta juga menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak swasta diluar lembaga pemerintahan dalam menjaga dan memelihara Kamtibmas, dengan bekerja sama di dalam pengadaan spanduk-spanduk dan himbauan-himbauan, juga himbauan melalui saluran televisi lokal. Himbauan seperti : "kepada masyarakat mohon sebelum meninggalkan rumah, pintu dikunci yang rapat, listrik dimatikan, jangan lupa surat-suratnya." Dan hal-hal lain berkaitan dengan Kamtibmas. Selain itu juga berhubungan baik dengan klub motor yang tergabung dalam Ikatan Motor Surakarta untuk kelancaran wilayah Surakarta dan agar himbauan berjalan dengan baik. Terutama himbauan untuk anak-anak sekolah yang belum memiliki SIM untuk tidak menggunakan kendaraan, tujuannya untuk menekan angka kecelakaan.

E. Kesimpulan

Dalam menjalin hubungan dengan pihak media massa, Humas Polresta Surakarta melakukannya dengan 3 cara yaitu :

1. Mengelola relasi

- Dengan para wartawan, dilakukan setiap hari. Dengan pimpinan redaksi, dilakukan hanya apabila ada kunjungan media dengan Kapolres.

- Koordinator wartawan dilakukan oleh Kepala Sub Bag Humas, para wartawan dihubungi ketika ada kegiatan dan informasi mengenai situasi Kamtibmas di lingkungan Polresta Surakarta melalui sms.
- Juru bicara pada waktu kegiatan jumpa pers atau gelar tersangka dan barang bukti, adalah Kapolresta Surakarta, tetapi ketika Pimpinan berhalangan, menjadi tugas Kasubbag Humas.
- Seluruh anggota jajaran Humas Polresta Surakarta memperlakukan para wartawan layaknya seperti bagian dari Humas Polresta Surakarta.

2. Mengembangkan strategi

- Humas Polresta Surakarta mengembangkan kemampuan personal anggota-anggotanya dibidang kehumasan atau *public relations*, kameramen, fotografi dan jurnalistik agar lebih kompeten, dengan belajar sendiri atau latihan dengan mengundang dan meminta bantuan kepada wartawan. Dan mendapatkan pelatihan dari Mabes.
- Humas Polresta Surakarta mengundang para wartawan baik media elektronik maupun cetak dan media portal dalam kegiatan jumpa pers atau gelar tersangka dan barang bukti. Humas Polresta Surakarta selalu melakukan *update database* wartawan.
- Segala informasi dan kegiatan-kegiatan mengenai kepolisian di lingkung-

gan Polresta Surakarta, Humas lah yang berhak menginformasikannya kepada media massa.

- Dalam pelaksanaan gelar tersangka dan barang bukti, pihak Polresta Surakarta selalu mengizinkan para wartawan untuk melihat langsung. Kemudian informasi-informasi tersebut akan diberikan kepada para wartawan apabila sudah memenuhi syarat.
- Dalam mendapatkan informasi, Kasubbag Humas selalu berkoordinasi dengan seluruh jajaran kepolisian di Indonesia dan wartawan untuk saling bertukar informasi serta menerima masukan dan pengaduan atau keluhan dari masyarakat.

3. Mengembangkan Jaringan

- Humas Polresta Surakarta menjalin hubungan dengan organisasi profesi kewartawanan, seperti Persatuan Wartawan Indonesia (PWI).
- Humas Polresta Surakarta juga menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak swasta diluar lembaga pemerintahan.

Dengan pelaksanaan tugas dan hubungan yang baik tersebut antara Humas dan pihak Media Massa, maka pemberitaan positif dan kegiatan-kegiatan positif mengenai Polresta Surakarta dapat maksimal diberitakan oleh wartawan. Dengan demikian, Polresta Surakarta mendapatkan citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2011. Handbook of Public Relations, Pengantar Komprehensif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Assegaf, Dja'far. 1987. Hubungan Masyarakat dalam Praktek. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Greener, Tony. 2002. Public Relations, dan Pembentukan Citranya. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Iriantara, Yosal. 2007. *Community Relations, Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Iriantara, Yosal. 2008. *Media Relations, Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.

Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Onong, Uchjana Effendy. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations, Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

<http://polresta-surakarta.com/>, diakses pada tanggal 10 Juni 2013 pukul 08.00 WIB.