

## **AKTIVITAS MEDIA RELATIONS BIDANG HUMAS POLDA D.I. YOGYAKARTA DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF**

### **MEDIA RELATIONS ACTIVITIES OF POLDA D.I. YOGYAKARTA PUBLIC RELATIONS IN DEVELOPING POSITIVE IMAGE**

Oleh: Alfi Yuni Astuti, 15419141008, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta

[alfiyuniastuti@gmail.com](mailto:alfiyuniastuti@gmail.com), [suranto@uny.ac.id](mailto:suranto@uny.ac.id)

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan 1) aktivitas *media relations* Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dalam membangun citra positif 2) faktor pendukung dan penghambat aktivitas *media relations* yang dilaksanakan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan; 1) arti penting *media relations* bagi Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta adalah a) sebagai sarana untuk publikasi informasi ke khalayak luas; b) sebagai transparansi kegiatan kepada masyarakat; c) sebagai sarana penghubung antara kepolisian, media dan masyarakat; d) sebagai sarana pembelajaran dalam pengelolaan informasi; 2) Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta melaksanakan aktivitas *media relations* antara lain konferensi pers, *press briefing*, *press release*, *press luncheon*, *press tour*, wawancara pers dan *media visit*; 3) Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta meningkatkan citra positif melalui *media relations* dengan langkah memproduksi konten positif. Konten positif tersebut berupa prestasi yang diraih anggota Polda D.I. Yogyakarta dan berbagai kegiatan yang diadakan Polda D.I. Yogyakarta untuk masyarakat. 4) Faktor pendukung aktivitas *media relations* yang diadakan meliputi a) perencanaan yang baik b) komunikasi yang baik c) materi. Sedangkan faktor penghambat aktivitas *media relations* mencakup a) *miss* komunikasi b) anggaran dana c) terbatasnya slot pemberitaan pada media cetak dan elektronik d) tuntutan berita *online* yang cepat terkadang menghasilkan berita yang kurang akurat.

**Kata kunci:** *media relations*, Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta, citra positif

#### **Abstract**

*This research aims to describe 1) the activities of media relations of Regional Police of Yogyakarta (Polda D.I. Yogyakarta) Public Relations (Bidhumas) in developing a positive image of the police. 2) supporting and inhibiting factors of media relations activities carried out by Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta. This research using qualitative approach with descriptive method. The results shows that; 1) the importance of media relations for Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta are a) as a means of public information dissemination; b) as a mean of activities transparency for the public; c) as a link between the police, media and public; d) as a mean of learning tool in information management; 2) Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta carries out media relations activities including press conferences, press briefings, press releases, press luncheon, press tours, press interviews and media visit; 3) Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta improves the positif image through media relations by producing positive contents. The positive contents are the achievements by members of Polda D.I. Yogyakarta and various activities held by Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta. 4) supporting factors for media relations activities are a) good planning b) good communication c) material. Whereas the inhibiting factors of media relations activities are a) miss communication b) budget funds c) limited news coverage in print and electronic media d) the demand of rapid news, occasionally cause inaccurate news.*

**Keywords:** *media relations*, Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta, positif image

## PENDAHULUAN

Segala isu dapat beredar secara cepat melalui media massadengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Masyarakat secara mudah dapat memperoleh banyak informasi. Informasi yang meluap di media sejalan dengan adanya Undang-Undang tentang Keterbukaan Informasisehingga membuat publik seakan dibanjiri informasi. Berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi (KIP), menyebutkan bahwa Badan Publik berkewajiban untuk menyampaikan informasi kepada publik selain hal yang dikecualikan.

Luapan informasi tersebut menimbulkan dampak positif dan negatif. Dampak positifnya, masyarakat dengan mudah dapat mengakses informasi mengenai kebijakan Pemerintah maupun Badan Publik. Dari sisi Pemerintah atau Badan Publik, berlakunya undang-undang ini membantu pengawasan penyelenggaraan Pemerintah atau Badan Publik menuju *good goverment*. Dampak negatifnya, kebebasan tersebut dapat dimanfaatkan oleh pihak tertentu untuk menyebarkan informasi yang belum tentu kebenarannya (*hoax*) yang berakibat masyarakat mempercayai berita *hoax* tersebut.

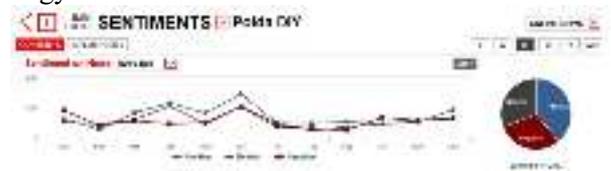
Jika masyarakat tidak mempunyai pengetahuan, mereka akan menelan mentah informasi tersebut sehingga dapat menurunkan citra Pemerintah atau Badan Publik. Hal tersebut perlu dicermati Pemerintah atau Badan Publik agar dapat terhindar dari isu yang dapat merugikan. Untuk menjaga citra suatu Pemerintah atau Badan Publik, dibutuhkan keberadaan Hubungan Masyarakat (Humas) atau juga sering disebut *public relation (PR)*. *Public relations* menjadi penghubung antara organisasi atau instansi dengan publik. *Public relations* berfungsi menjalin hubungan dan kerjasama, bertanggungjawab dalam membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik bagi publik.

Begitu pula dengan Polda D.I.Yogyakarta, untuk menjalankan tugas dan fungsinya dalam hal kehumasan, Polda D.I.Yogyakarta mempunyai Bidang Humas (Bidhumas). Dalam Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja pada Tingkat Kepolisian Daerah, Bidhumas bertugas melaksanakan kegiatan kehumasan dengan mengelola dan menyampaikan informasi, menjalin hubungan mitra dengan media massa, dan melaksanakan Anev (analisa dan evaluasi) kegiatan Bidhumas.

Dikutip dari news.detik.com, pada Juni 2018

terdapat kasus internal anggota Polsek Ngaglik, Sleman. Anggota polisi tersebut melakukan kelalaian sehingga dua tahanan kasuspencurian kabur dari sel tahanan. Terdapat berita lain yang merupakan masalah internal di kepolisian. Dikutip dari merdeka.com, seorang anggota Polresta Yogyakarta melakukan penganiayaan terhadap kekasihnya. Kejadian pada bulan Juli 2019 tersebut terjadi karena faktor kecemburuan. Masalah internal di wilayah Yogyakarta tersebut mengakibatkan pandangan negatif dari masyarakat. Sehingga perlu upaya Humas untuk memberikan konfirmasi dan tanggapan.

Sementara itu, terdapat data pemberitaan media *online* dan media cetakPolda D.I. Yogyakarta.



Gambar 1Jumlah Pemberitaan Media *Online* Polda DIY

Sumber : Dokumen Bidhumas Polda DIY (2018)

Dapat dilihat pada grafik di atas, jumlah berita negatif tentang Polda DIY tahun 2017 di media *online* terhitung masih tinggi. Jumlah berita negatif sebanyak 1.315 berita atau 29,9%, berita positif sebanyak 1.805 berita atau 41,06% dan berita netral sebanyak 1.275 berita atau 29,01%. Dalam satu tahun 8 bulan pemberitaan positif lebih banyak daripad pemberitaan negatif satu setara 66,66%. Tiga bulan pemberitaan negatif lebih banyak daripada pemberitaan positif atau setara dengan 25% dan satu bulan berita positif sama jumlahnya dengan berita negatif atau 8,33%.

Sementara pada media cetak, pemberitaan tentang Polda DIY tidak sebanyak pada media *online*. Jumlah berita negatif sebanyak 610 berita atau 33,33%, berita positif sebanyak 550 berita atau 30,05% dan berita netral sebanyak 670 berita atau 36,61%.



Gambar 2. Jumlah Pemberitaan Media Cetak Polda DIY

Sumber : Dokumen Bidhumas Polda DIY (2018)

daripada berita positif atau setara 58,33%. Tiga bulan jumlah berita positif sama dengan berita netral atau setara 25% dan dua bulan berita positif lebih banyak daripada berita negatif atau setara dengan 16,66%.

Dalam kegiatan *public relations*, media massa merupakan salah satu faktor penting, maka menjalin hubungan yang baik dengan media massa menjadi satu hal yang vital dalam kegiatan *public relations* (Iriantara, 2008:12). Hubungan institusi dan media massa sering disebut dengan *media relations*. Hubungan yang terjalin berupa hubungan kerjasama atau kemitraan yang bersifat mutualisme, di mana hubungan yang terjalin bersifat saling menguntungkan kedua belak pihak.

Jika *media relations* yang dilakukan oleh *public relations* hanya terbatas dengan mengundang media massa pada saat tertentu saja, maka hubungan yang terjalin hanya sebatas formalitas saja. Hal tersebut dapat menimbulkan persepsi bahwa media massa hanya dimanfaatkan oleh institusi atau organisasi untuk meningkatkan publisitas. Wartawan menganggap *PR* hanya memberikan informasi yang positif tentang institusinya, sedangkan *PR* beranggapan wartawan hanya berburu berita yang sensasional (Ruslan, 2012:111).

Melihat pentingnya *media relations* bagi sebuah institusi, maka akan dikaji lebih dalam tentang aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dalam membangun citra positif.

#### **Setting Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Polda D.I. Yogyakarta, Jalan Ringroad Utara, Congdongcatur, Depok, Sleman. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Juni hingga September 2019.

#### **Subyek Penelitian**

Subyek penelitian ini yaitu kepala Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta, kepala urusan penerangan umum Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta, wartawan Merapi dan wartawan radar Jogja.

#### **Sumber Data**

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari data primer berupa hasil wawancara mendalam dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan aktivitas *media relations* Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dalam membangun citra positif.

#### **Metode dan Instrumen Pengumpulan Data Sumber Data Penelitian**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara dengan jenis semi terstruktur. Wawancara menggunakan pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan, tetapi bukan yang bersifat permanen. Daftar pertanyaan tersebut digunakan untuk menjadi patokan arah wawancara. Menurut Sugiyono (2015:320), wawancara semiterstruktur bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana informan dapat dimintai pendapat dan ide.
2. Dokumentasi menggunakan laporan aktivitas *media relations*, daftar media yang bekerjasama dengan Polda D.I. Yogyakarta, foto dokumentasi, dan lain sebagainya..

#### **Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data. Data wawancara sumber satu dengan sumber lainnya. Data tersebut dideskripsikan dan dikategorisasikan untuk mendapatkan informasi mengenai aktivitas *media relations* yang Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dalam membangun citra positif.

#### **Analisis Data**

Dalam penelitian ini data akan dianalisis dengan cara deskriptif kualitatif dan mengikuti langkah analisis data model yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2015:337-345) sebagai berikut: 1) pengumpulan data; 2) reduksi data; 3) penyajian data; dan 4) kesimpulan

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Aktivitas Media Relations Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dalam Membangun Citra Positif**

Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta menganggap aktivitas *media relations* penting untuk dilaksanakan sebagai salah satu upaya untuk mendorong dan membangun kepercayaan masyarakat serta opini positif guna mewujudkan citra positif. Arti penting *media relations* bagi Bidhumas polda D.I. Yogyakarta adalah sebagai sarana untuk publikasi informasi ke khalayak luas. Program dan kegiatan yang dijalankan oleh Polda D.I. Yogyakarta perlu untuk dipublikasikan ke masyarakat. Salah satu langkah yang sangat berperan adalah publikasi media massa. Hal tersebut sesuai dengan teori Aw (2018:47) yang menjelaskan tujuan *media relations* adalah menjalin kerjasama dan memanfaatkan media untuk menyebarkan informasi maupun promosi.

Arti penting *media relations* bagi

Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta adalah sebagai transparansi kegiatan kepada masyarakat. Polda D.I. Yogyakarta sebagai salah satu badan publik yang disorot masyarakat akan mempertanggungjawabkan apa yang dilakukannya melalui *media relations* agar masyarakat luas mengetahui kegiatan dan anggaran yang dijalankan. Selanjutnya *media relations* digunakan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta untuk menghubungkan antara kepolisian, media dan juga masyarakat. Media sebagai salah satu cara yang efisien untuk menghubungkan publik dengan Polda D.I. Yogyakarta melalui media. Yang terakhir, *media relations* digunakan untuk sarana pembelajaran Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dalam pengelolaan informasi. Informasi merupakan bahan utama dalam menjalin *media relations*, maka dari itu, Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta berusaha untuk meningkatkan kualitas dalam pengelolaan informasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa aktivitas *media relations* yang dijalankan sesuai dengan teori Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto (2008:128) yaitu meliputi konferensi pers, *press breafing*, *press tour*, *press release*., *press luncheon* dan wawancara pers.

a. Konferensi pers adalah kegiatan yang diadakan oleh sebuah instansi jika ada suatu hal yang penting. Poin utama dari konferensi pers yang diselenggarakan adalah berita yang disampaikan kepada wartawan termasuk berita yang penting. Konferensi pers yang diadakan oleh Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta adalah sosialisasi program dan ungkap kasus dari hasil operasi yang telah dilakukan sebelumnya. Seluruh satuan kerja di Polda D.I. Yogyakarta mempunyai peluang untuk melakukan konferensi pers, karena setiap satuan kerja mempunyai informasi yang perlu disampaikan. Kegiatan ini disampaikan oleh pejabat Polda D.I. Yogyakarta dan jajaran didampingi oleh Kepala Bidhumas kepada wartawan yang hadir. Untuk konferensi pers tidak ada jadwal yang pasti tentang pelaksanaan konferensi pers karena mengikuti suatu agenda akan diadakan atau menunggu hasil dari sebuah operasi. Namun Bidhumas mempunyai target untuk menyelenggarakan konferensi pers minimal satu bulan sekali. Jika hasil penemuan kasus bernilai kecil, akan digabungkan dengan konferensi pers yang diadakan setelahnya. Hal tersebut sesuai yang disampaikan oleh Soemirat & Ardianto (2008), poin utama dari konferensi pers yang diselenggarakan adalah berita yang disampaikan kepada wartawan termasuk jenis berita yang penting. Jika berita yang disampaikan kurang penting, maka konferensi pers akan kehilangan fungsinya. Pelaksanaan konferensi

pers sudah sesuai dengan teori yang ada. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa konferensi pers sengaja diadakan untuk melibatkan media dalam penyebaran informasi. Dengan cara ini maka diharapkan masyarakat akan memperoleh informasi yang benar selanjutnya dapat terbentuk citra positif institusi kepolisian.

b. *Press briefing* bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan yang terjadi kepada media. *Press briefing* diadakan dalam bentuk formal maupun non formal. *Press briefing* secara formal di Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta disebut dengan rapat koordinasi. Acara tersebut diselenggarakan untuk mensinergikan fungsi kehumasan pada Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dengan pihak media.

Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta akan menyampaikan informasi yang penting dan perlu dibahas. Setelah informasi tersebut disampaikan, diadakan tanya jawab untuk pihak media agar terjadi diskusi yang membahas suatu informasi secara lebih mendalam. *Press briefing* diadakan mirip dengan suatu diskusi atau dialog, saling memberikan masukan atau informasi yang cukup penting bagi kedua belah pihak (Ruslan, 2012:192). Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa *press briefing* diadakan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta untuk berdiskusi dengan media untuk saling memberikan saran yang penting bagi kedua belah pihak. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kerjasama yang terjalin dan penyebaran informasi tentang Polda D.I. Yogyakarta, selanjutnya dapat terbentuk citra positif institusi kepolisian. Namun, dalam teori yang disampaikan oleh Soemirat & Ardianto (2008: 128), kegiatan *press briefing* diselenggarakan secara teratur. Namun, dalam pelaksanaannya Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta hanya melaksanakan *press briefing* selama satu tahun sekali di 5 kabupaten dan 1 kota di Yogyakarta.

c. *Press tour* kegiatan yang dilakukan oleh instansi atau perusahaan dengan mengajak media untuk mengunjungi daerah tertentu dan menikmati objek wisata yang ada di daerah tersebut. Bidhumas menyebut istilah *press tour* dengan nama *media tour*. Pada tahun 2018, Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta menyelenggarakan *media tour* di Kopeng, Semarang, Jawa tengah. Kegiatan ini diikuti oleh seluruh staf Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta juga wartawan rekan media. *Media*

*tour* diisi dengan permainan *outbond*. Harapannya kegiatan ini dapat menambah rasa kekeluargaan yang terjalin, selain itu juga sebagai sarana refreshing untuk menghilangkan penat. *Pers tour* pada umumnya merupakan kegiatan yang direncanakan oleh organisasi atau perusahaan untuk meningkatkan hubungan baik dengan wartawan (Wardhani, 2013:135). Pelaksanaan *media tour* tidak mempunyai jadwal secara pasti. Hal tersebut dikarenakan menyangkut anggaran dana yang ada. Pelaksanaan kegiatan ini dibantu oleh *event organizer*. Selain kegiatan *media tour*, kegiatan mancing bersama merupakan salah satu aktivitas *refreshing* untuk mengeratkan hubungan yang terjalin antara Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dengan media. Kegiatan *press tour* diadakan untuk mengeratkan hubungan yang terjalin antara Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dengan media, tidak hanya dalam hubungan kerjasama namun hubungan secara personal. Maka, dengan diadakannya kegiatan tersebut diharapkan hubungan kerjasama dapat meningkat dan mendukung terbentuknya citra positif institusi kepolisian. Kegiatan *press tour* yang dilaksanakan oleh Bidhumas polda D.I. Yogyakarta sudah sesuai teori, namun perlu dibuat dimasukkan dalam rencana kegiatan tahunan agar *press tour* menjadi aktivitas *media relations* yang diadakan tiap tahunnya.

- d. *Press release* adalah pemberian informasi dan berita kepada pihak media. Dalam hal ini media banyak digunakan karena media dapat menyebarkan berita. *Press release* tidak hanya mencakup media cetak tetapi juga mencakup media elektronik. *Press release* yang dibuat Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dibagikan saat ada konferensi pers. Selain itu, *press release* juga dibagikan melalui grup *WhatsApp* agar mudah diakses oleh wartawan. *Press release* yang diadakan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta sudah sesuai teori yang ada. Aktivitas *media relations* ini diadakan untuk menyebarkan informasi melalui media. Dengan cara ini maka diharapkan masyarakat akan memperoleh informasi yang benar selanjutnya dapat terbentuk citra positif institusi kepolisian.
- e. *Press luncheon* adalah jamuan makan siang bagi wartawan atau wakil dari media massa. Pada kegiatan ini, pihak media dapat bertemu dengan petinggi perusahaan atau instansi untuk mendengarkan perkembangan dari perusahaan atau instansi tersebut. Acara ini diselenggarakan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta terkadang setelah konferensi pers. *press luncheon* diadakan secara santai. Selain itu, jamuan makan yang

diadakan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta adalah buka puasa bersama. Kegiatan tersebut merupakan kegiatan rutin yang diadakan setiap tahun. Acara buka puasa bersama diisi kultum dan *sharing-sharing*. Dapat disimpulkan, *press luncheon* yang diadakan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta sudah sesuai teori yang ada. Kegiatan tersebut diadakan mengeratkan hubungan yang terjalin antara Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dengan media. Maka, dengan diadakannya kegiatan tersebut diharapkan hubungan kerjasama dapat meningkat dan mendukung terbentuknya citra positif institusi.

- f. Wawancara pers adalah kegiatan yang sifatnya lebih pribadi meskipun wawancara dilakukan secara bersama-sama. Hal tersebut karena setiap wartawan mempunyai pertanyaan khusus yang mewakili medianya. Wawancara yang dilakukan oleh Polda D.I. Yogyakarta adalah *doorstop*, wawancara khusus, dan wawancara yang disiarkan langsung dengan media elektronik. Wawancara pers dibedakan menjadi dua, yaitu wawancara yang dipersiapkan dan wawancara spontan (Nina, 2014:145) Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta membantu wartawan untuk menyelenggarakan wawancara baik *doorstop* maupun yang direncanakan. Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta akan membantu mencari kontak yang bersangkutan atau menghubungkan wartawan ke informan terkait. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa wawancara pers yang diadakan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta sudah sesuai teori yang ada. Wawancara pers diadakan untuk melayani wartawan untuk mendapatkan informasi mengenai Polda D.I. Yogyakarta. Dengan pelayanan yang dilakukan oleh Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta diharapkan masyarakat akan memperoleh informasi yang benar selanjutnya dapat terbentuk citra positif institusi kepolisian.

Selain aktivitas *media relations* yang disebutkan dalam teori Soemirat & Ardianto (2008: 128), *media visit* juga merupakan salah satu aktivitas *media relations* yang dijalankan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta. Kegiatan tersebut dilaksanakan sebagai ajang silaturahmi untuk mengunjungi pimpinan dari media yang ada di Yogyakarta. *Media visit* juga dilaksanakan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta untuk membina hubungan yang

telah terjalin dengan media. Salah satu agenda yang dilakukan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta adalah mengenalkan Kasubbid Penmas Polda D.I. Yogyakarta yang baru. Hal tersebut sesuai dengan teori Iriantana (2008:82) Kunjungan pimpinan organisasi pada media massa. Kunjungan tersebut bisa dinamakan sebagai silaturahmi, bisa juga kunjungan perkenalan apapun namanya yang menunjukkan upaya untuk menjalin hubungan baik dengan institusi media massa. Dapat disimpulkan, *media visit* yang dilakukan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta sudah sesuai teori diadakan untuk silaturahmi dan membina hubungan yang terjalin antara Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dengan media. Maka, dengan diadakannya kegiatan tersebut diharapkan hubungan kerjasama dapat meningkat dan mendukung terbentuknya citra positif institusi.

Polda D.I. Yogyakarta menyadari bahwa institusi tidak dapat berdiri sendiri tanpa dukungan dan kerja sama dengan pihak eksternal. Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta sebagai pelayan publik di bidang komunikasi dan informasi berupaya mempertahankan dan mengembangkan hubungan baik dengan media agar terwujud opini dan citra yang positif. Langkah yang dilakukan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dalam meningkatkan citra dengan memproduksi konten positif. Konten positif tersebut meliputi prestasi yang berhasil diraih anggota Polda D.I. Yogyakarta dan kegiatan sosial yang dilaksanakan untuk masyarakat. Berbagai prestasi yang diraih anggota Polda D.I. Yogyakarta dan kegiatan sosial yang dilaksanakan untuk masyarakat tersebut disampaikan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta kepada media melalui berbagai aktivitas *media relations* yang sudah dilaksanakan.

Aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta adalah sebagai sarana untuk membina relasi, menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, dan menciptakan citra yang baik dari masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan teori *media relations* dari Ruslan (2012: 169). *Media relations* menurut Ruslan adalah suatu kegiatan *public relations* yang bertujuan untuk menginformasikan produk, aktivitas perusahaan atau organisasi melalui kerjasama dengan media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif.

Menurut Qamariyah (dalam Safitri, Rahayu & Indrawati, 2016:94). Menyatakan bahwa citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan khalayaknya. Hal positif

terbukti dengan inovasi dan pelayanan yang dilakukan Polda D.I. Yogyakarta.

Dengan demikian, Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta sudah berusaha untuk bekerja sama dengan berbagai media elektronik, media cetak dan media *online*. Hal ini dibuktikan dengan diselenggarakannya berbagai aktivitas *media relations*. Selain untuk menyebarluaskan informasi, *media relations* yang dijalankan oleh Polda D.I. Yogyakarta juga sebagai pembentuk opini masyarakat. Sehingga *media relations* penting untuk meningkatkan citra Polda D.I. Yogyakarta

## 2. Faktor Pendukung dan Penghambat Aktivitas *Media Relations* yang dilakukan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta

Faktor yang mendukung aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta adalah

- a. perencanaan yang baik. dalam menjalankan aktivitas *media relations* perlu perencanaan dan persiapan yang matang. Hal tersebut mempengaruhi terlaksananya acara. Jika persiapan dilakukan seadanya maka hasil kegiatan juga seadanya, namun jika kegiatan dilaksanakan dengan baik, maka kegiatan tersebut akan menimbulkan hasil yang maksimal.
- b. komunikasi yang baik. Hubungan yang terjalin harus dibina. Hubungan baik yang terjalin bukan hanya dalam ranah pekerjaan, namun juga hubungan personal. Hal tersebut sesuai teori yang disampaikan Ruslan (2012:170), kontak pribadi antara kedua belah pihak yang dijalin melalui hubungan informal seperti adanya kejujuran, saling pengertian dan saling menghormati serta kerja sama yang baik demi tercapainya tujuan yang positif.
- c. Materi, merupakan inti dari aktivitas *media relations* yang dijalankan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta. Sehingga kesiapan materi merupakan hal vital untuk mendukung aktivitas *media relations*. Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta berupaya untuk meningkatkan kualitas materi dengan mengirimkan anggota untuk meningkatkan kemampuan dan kualitas anggotanya.

Sedangkan faktor penghambat aktivitas *media relations* adalah

- a. *Miss* komunikasi. Terdapat media yang menuliskan informasi yang didapatkan tidak secara utuh. Hal tersebut mengakibatkan berita yang dimuat tidak akurat dengan yang disampaikan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta.
  - b. Terbatasnya slot pada media cetak dan elektronik sehingga informasi yang disampaikan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta tidak dapat dimuat seluruhnya oleh media. Pada media cetak sudah ditentukan halaman untuk berita kepolisian, sehingga apabila terdapat berita yang lebih penting, media akan memilih berita tersebut. Sedangkan di media elektronik, jadwal siar dalam satu bulan terkadang sudah penuh, sehingga Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta perlu mengubah rencana pemberitaan. Dari awal berita sosialisasi kegiatan menjadi sosialisasi hasil kegiatan.
  - c. Anggaran dana. Dana operasional Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta telah ditetapkan oleh Mabes Polri, sehingga dalam pelaksanaan aktivitas *media relations* anggaran dana merupakan salah satu hal yang vital. Saat penyusunan rencana kegiatan tahunan, Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta harus menyesuaikan anggaran dana yang sudah ada. Contoh hambatan dana terjadi pada kegiatan *press tour*. *Press tour* pada tahun 2018 hanya diadakan sekali dan tahun 2019 belum tentu diadakan karena kegiatan tersebut membutuhkan anggaran yang besar.
  - d. Tuntutan berita *online* yang cepat terkadang menghadirkan berita yang kurang akurat. Berita akurat tersebut misal berita yang belum mendapat konfirmasi dari Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta atau berita yang tidak pernah terjadi di Polda D.I. Yogyakarta. Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta harus mengkonfirmasi hal tersebut agar tidak menurunkan citra positif yang sudah terbentuk.
  - c. Sebagai sarana penghubung antara kepolisian, media dan masyarakat.
  - d. Sebagai sarana pembelajaran dalam pengelolaan informasi.
2. Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta menjalin kerjasama dengan berbagai media lokal maupun nasional. Keseluruhan media elektronik terdapat 24 media yang mencakup 15 TV dan sembilan radio. Selanjutnya media cetak terdapat 11 media yang menjalin kerjasama baik lokal maupun nasional. yang terakhir terdapat tiga media *online*. Daftar media *online* tersebut belum mencakup seluruh media *online* yang bekerjasama dengan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta. Hal tersebut dikarenakan dokumen Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta tidak lengkap.
  3. Aktivitas *media relations* yang dijalankan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta adalah konferensi pers, *press briefing*, *press release*, *press luncheon*, *press tour*, wawancara pers dan *media visit*.
  4. Aktivitas *media relations* Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta merupakan langkah dalam membangun citra dengan memproduksi konten positif. Konten positif tersebut meliputi prestasi anggota dan kegiatan pelayanan masyarakat yang dijalankan oleh Polda D.I. Yogyakarta.
  5. Faktor Pendukung aktivitas *media relations* yang diadakan meliputi
    - a. Perencanaan yang baik, dalam menjalankan aktivitas *media relations* perlu perencanaan yang matang misalnya sarana prasarana, narasumber dan lain sebagainya.
    - b. Komunikasi yang baik, komunikasi tidak hanya dilakukan saat aktivitas *media relations* berlangsung, di luar hal tersebut Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dan media menjalin hubungan personal.
    - c. Materi, dalam menjalankan aktivitas *media relations* perlu persiapan materi antara lain *press release*, kesiapan narasumber saat melakukan wawancara atau konferensi pers.
  6. Sedangkan faktor penghambat aktivitas *media relations* mencakup
    - a. *Miss* komunikasi, dalam menyampaikan informasi terkadang wartawan tidak menangkap keseluruhan materi sehingga berita

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai aktivitas *media relations* Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta dalam membangun citra positif kepolisian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Media relations* mempunyai peran penting bagi Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta, yaitu:
  - a. Sebagai sarana untuk publikasi informasi ke khalayak luas.
  - b. Sebagai transparansi kegiatan kepada masyarakat.

yang dihasilkan berbeda dengan yang sudah disampaikan.

- b. Anggaran dana sudah ditentukan oleh Mabes Polri terbatas sehingga dalam pelaksanaan aktivitas *media relations* dapat terhambat misal dalam pelaksanaan *press tour*.
- c. Terbatasnya slot pemberitaan pada media cetak dan elektronik sehingga informasi yang sudah disampaikan Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta tidak seluruhnya dapat dimuat di media.
- d. Tuntutan berita *online* yang cepat terkadang menghasilkan berita yang kurang akurat, sehingga Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta harus mengkonfirmasi berita yang sudah beredar.

### **Saran**

Setelah menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa saran yang dapat disampaikan sebagai masukan bagi aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta, sebagai berikut :

1. Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta perlu meningkatkan verifikasi ke narasumber utama dengan lebih cepat, sehingga penyebaran informasi dapat dilakukan secara optimal dan responsif.
2. Perlu pembahasan lebih lanjut tentang jadwal pelaksanaan aktivitas *media relations* dalam rencana kegiatan tahunan, agar jelas aktivitas *media relations* yang diadakan dalam kurun waktu tersebut.
3. Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta perlu mempertahankan dan meningkatkan inovasi dalam menciptakan aktivitas *media relations*.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Buku:**

Aw, Suranto. (2018). *Komunikasi Organisasi: Prinsip Komunikasi untuk Peningkatan Kinerja Organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Iriantara, Yosol. (2008). *Media relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. (2008). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja

Rosdakarya.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Wardhani, Diah. (2008). *Media relations, Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Yuliana, Nina. (2014). *Media relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

#### **Jurnal:**

Safitri, E., Rahayu, M., & Indrawati, N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang]. *Ekonomi Bisnis*, 21(1), 90-104.

#### **Undang-Undang**

Republik Indonesia. (2008). *Undang-undang No 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik*. Jakarta: Legalitas.

Kemenkumham. (2010). Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 22, Tahun 2010, Tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Pada Tingkat Kepolisian Daerah.

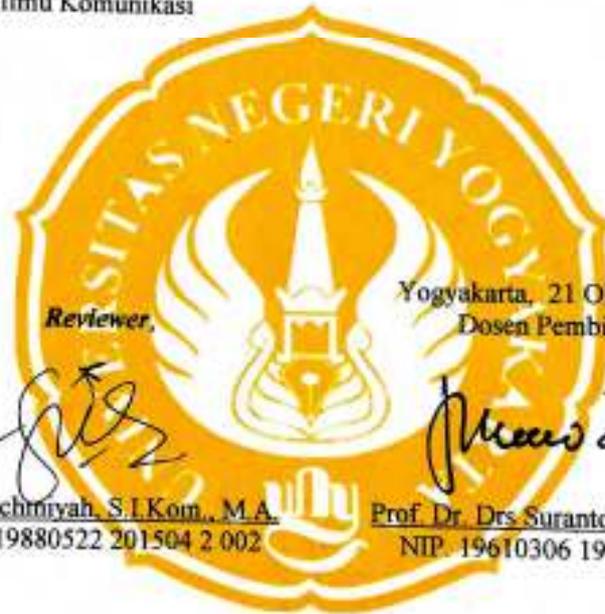
#### **Internet**

<https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4088540/2-tahanan-polsek-kabur-kapolda-diy-sebut-petugas-lalai> diakses pada 1 Juni 2019

<https://www.merdeka.com/peristiwa/aniaya-kekasih-karena-cemburu-oknum-polisi-diadakan-ke-polda-diy.html> diakses pada 10 September 2019

**LEMBAR PENGESAHAN JURNAL**

Judul : *Aktivitas Media Relations* Bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta dalam  
Membangun Citra Positif  
Nama : Alfi Yuni Astuti  
NIM : 15419141008  
Program Studi : Ilmu Komunikasi



*Reviewer,*

Yogyakarta, 21 Oktober 2019  
Dosen Pembimbing

*[Signature]*  
Siti Machriyah, S.I.Kom., M.A.  
NIP. 19880522 201504 2 002

*[Signature]*  
Prof. Dr. Drs. Suranto, M.Pd., M.Si.  
NIP. 19610306 198702 1 004

Rekomendasi Pembimbing (mohon dilingkari salah satu)

- ① Dikirim ke *Journal Student*
2. Dikirim ke *Journal Informasi*
3. Dikirim ke *Journal lain*

