

BAB I

PENDAHULUAN

I.1.Latar Belakang Kerja Praktik

Organisasi merupakan suatu koordinasi atau kegiatan yang dilakukan oleh banyak orang guna mencapai tujuan Bersama dengan melakukan pembagian tugas dn fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. (Schein dalam Arni Muhammad,2015). Dalam organisasi memiliki karakteristik dan strukturnya masing masing. Salah satu divisi yang cukup penting dalam organisasi adalah HUMAS atau *Public Relation (PR)*.

HUMAS atau yang lebih dikenal dengan sebutan *PR* merupakan fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif;bertindak sebagai system peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. (Ruslan, 2020 : 16)

Semenjak pertengahan tahun 2022 lalu berdasarkan data survey LSI melalui laman website dataindonesia.id, POLRI mengalami penurunan tingkat kepercayaan dari masyarakat oleh karena beberapa oknum polisi yang mmebuat kasus cukup besar seperti kasus Jenderal Ferdy Sambo yang melakukan pembunuhan berencana dan kasus kerusuhan Kanjuruhan yang melibatkan

anggota POLRI dan supporter bola. Dengan melihat data tersebut, membuat penulis memilih tempat magang instansi kepolisian yang ada di tingkat daerah, yaitu Kepolisian Daerah Jawa Timur. Penulis ingin mempelajari dan melihat langsung bagaimana peran divisi humas baik ditingkat pusat hingga ke tingkat Polres Polres (kota / kabupaten) untuk bisa mengembalikan citra kepolisian ditengah masyarakat.

Menurut Ruslan (2020 : 75-76) dalam bukunya mengatakan bahawa citra merupakan sebuah tujuan terpenting dan juga adalah reputasi dan prestasi yang harus dicapai oleh dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *Public Relation*. Penilaian, dan bagaimana masyarakat memberikan tanggapan mereka akan memicu adanya rasa hormat, menimbulkan kesan kesan positif dan akan menjadi nilai tambah untuk citra lembaga / organisasi yang diwakilkan oleh Humas /PR. Begitu citra di masyarakat mengalami penurunan, maka pihak pejabat Humas/PR menghadapi risiko yang cukup besar dan tugas yang berat.

Kepolisian Daerah Jawa Timur adalah instansi kepolisian yang berkedudukan di ibu kota provinsi, yaitu Jawa Timur dan dipimpin oleh seorang Kepala Kepolisian Daerah atau Kapolda. Kapolda bertanggung jawab kepada Kapolri (Kepala Kepolisian Republik Indonesia) yang mana dalam tugasnya dibantu oleh wakilnya yaitu seorang Wakapolda (Wakil Kapolda) Kini, Polda Jatim dipimpin oleh Irjen. Pol. Dr. Toni Harmanto yang dilantik sejak 18 Oktober 2022. Penulis melakukan kerja praktik di Kepolisian Daerah Jawa Timur, tepatnya bergabung bersama divisi Humas Polda Jatim.

Menurut laman website resmi milik kepolisian, Tribata News, Divisi Humas Polda Jawa Timur dipimpin oleh seorang Komisaris Besar Polisi, yaitu Kombes.Pol. Dirmanto yang baru menjabat sebagai Kepala Bidang Humas Polda Jatim sejak 17 Desember 2021. Dalam divisi Humas Polda Jatim, terdapat beberapa Sub Bidang yang dipimpin oleh seorang Ajun Komisaris Besar Polisi. Di divisi Humas tersebut, penulis awalnya ditempatkan di Sub Bidang PID, yang kemudian secara berkala (2 minggu sekali) di *rolling* ke Subbid lain seperti Multimedia, Renmin (Administrasi), dan PENMAS (Penerangan Masyarakat).

Pada laporan ini penulis akan lebih detail dalam membahas tentang Subbid PID dan Multimedia dibanding Subbid lain oleh karena penulis ditempatkan paling lama untuk bekerja di Subbid PID dan Multimedia. Kerja Praktik dilaksanakan dalam kurun waktu 60 hari, terhitung hari libur seperti Sabtu dan Minggu karena penulis masuk kantor untuk melaksanakan piket.. Penulis mendapatkan berbagai manfaat melalui posisi HUMAS di Polda Jatim Karena sangat menambah pengetahuan dalam meningkatkan strategi komunikasi dan bagaimana cara membangun suatu citra institusi ini menjadi positif pada masyarakat khususnya di Jawa Timur.

Kerja Praktik ini membuat penulis memahami bagaimana susunan organisasi yang besar dan juga bertemu banyak abdi negara yang menjalankan tugasnya dengan baik sesuai peranan masing masing dalam institusi tersebut. Selain itu, mereka juga tidak sungkan membantu penulis dan memberi masukan kepada penulis dalam setiap tugas yang diberikan yang tentunya sangat

bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan pekerjaan selama masa kerja praktik ini.

Selama kerja praktik ini penulis harus mampu mengontrol bagaimana citra perusahaan kepada media dengan berbagai macam produk yang dikeluarkan oleh Humas Polda Jatim yang disiarkan untuk disampaikan melalui media digital seperti wartawan dan surat kabar lainnya. Kegiatan yang penulis lakukan selama bergabung dengan divisi Humas adalah meliput kegiatan yang dilakukan oleh pejabat serta jajaran Bidhumas maupun Kapolda Jatim, membantu membuat script yang akan di bacakan menjelang konferensi pers yang dipimpin oleh Kabid Humas Polda Jatim, mengontrol (melakukan monitoring) terkait berita yang dikeluarkan oleh media massa mengenai Polda Jatim, serta ikut dalam pembuatan konten dan mengedit konten yang akan diunggah di laman Instagram Bidhumas Polda Jatim.

Dengan dilaksanakannya kerja praktik diharapkan memberi pengetahuan bagi penulis dengan mempelajari langsung berbagai aktivitas yang dilakukan dalam divisi Humas di Polda Jatim. Selain mempelajari penulis juga ikut dalam proses kinerja Humas Polda Jatim sesuai dengan posisi yang di berikan bidang humas kepada Polda Jatim. Dengan berbagai tantangan dan tuntutan di era digital saat ini yaitu suatu instansi atau perusahaan harus melakukan komunikasi kepada masyarakat secara kredibel, cepat, serta kritis.

I.2. Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dipilih oleh penulis adalah divisi Humas Polda Jatim, bagian Pengolahan Data dan Informasi (PID) dan Multimedia.

I.3. Tujuan Kerja Praktik

I.3.1. Tujuan Umum

Penulis mampu mengimplementasikan ilmu terutama yang telah dipelajari dibidang Humas atau *PR* dan juga mendapatkan pengalaman bagaimana terjun langsung dalam mempertahankan citra suatu instansi yang besar seperti Polda Jatim.

I.3.2. Tujuan Khusus

Penulis mendapatkan ilmu dan pengalaman sebagai praktisi Humas atau *PR* di institusi pemerintahan seperti Polda Jatim, terkhusus bagaimana peran layanan informasi dan multimedia dalam divisi Humas Polda Jatim.

I.4. Manfaat Kerja Praktik

I.4.1. Bagi Penulis

1. Dapat mengimplementasikan dengan baik ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan kedalam Divisi Humas Polda Jatim.
2. Mendapat pengalaman sebagai praktisi dibidang Humas atau *PR*
3. Dapat menambah wawasan tentang bagaimana Humas Polda Jatim membangun dan mempertahankan citra positif intitusi tersebut di mata masyarakat luas khususnya Jawa Timur.

I.4.2. Bagi Divisi Humas Polda Jatim

Penulis memberikan sumbangsih berupa ide dan berbagai strategi untuk meningkatkan kinerja Humas Polda Jatim seperti membantu dalam melakukan tugas tugas Kehumasan yaitu meliputi kegiatan pejabat Bidhumas dan jajaran, monitoring berita di media massa tentang Polda Jatim, membuat script untuk konferensi pers, ikut dalam pembuatan konten untuk diunggah di Instagram Bidhumas Polda Jatim dengan menjadi pengisi suara (*voice over*) maupun mengedit konten Instagram.

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

HUMAS atau yang lebih dikenal dengan sebutan PR merupakan fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan kerja sama; melibatkan manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai system peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. (Ruslan,2020:15)

Berdasarkan penhertian Humas tersebut, dapat diketahui bahwa proses dan fungsi manajemen Humas adalah sebagai berikut :

1. Melakukan suatu kegiatan tertentu (*action*)
2. Kegiatan yang jelas (*activities*)
3. Keegiatannya khas, berbeda dari yang lain (*different*)

4. Adanya suatu kepentingan tertentu (*important*)

Kemudian menurut Edward L. Bernay, Humas memiliki 3 fungsi utama yaitu memberikan penernagan kepada masyarakat, bersifat persuasif untuk mengubah sikap dan perlakuan masyarakat secara langsung, berusaha untuk mengintegrasikan sikap dan perlakuan badan lembaga atau institusi sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat maupun sebaliknya. (Ruslan,2020 : 18)

Selain ketiga fungsi Humas yang disampaikan oleh Edward L. Bernay, terdapat fungsi Humas atau *Public Relations* yang dikemukakan oleh Cutlip & Centre yaitu sebagai berikut :

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama.
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi.instansi dengan publik atau khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini,persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi/instansi yang diwakili.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi yang dinamis dan timbal balik, mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan /

organisasi ke publiknya, untuk tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Hubungan masyarakat atau yang saat ini lebih dikenal dengan sebutan *PR* (*Public Relations*) memiliki 4 peran penting dalam organisasi, yaitu (Dozier & Broom dalam Ruslan, 2020: 20) :

1. Penasehat Ahli

Seorang praktisi Humas atau *PR* memiliki kemampuan yang cukup ahli dalam membantu mencari solusi terhadap masalah atau suatu kasus yang terjadi yang memiliki hubungan dengan publik.

2. Fasilitator Komunikasi

Humas menjadi komunikator atau mediator guna membantu perusahaan untuk melihat, mendengar, menemukan apa yang diinginkan oleh publiknya serta sebaliknya yaitu untuk menjelaskan harapan dan kebijakan organisasinya kepada publik khalayak.

3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

PR membantu pimpinan organisasi dalam mengatasi persoalan atau kasus yang tengah dihadapi oleh organisasinya baik menjadi *adviser* hingga dalam pengambilan keputusan secara profesional dan rasional.

4. Teknisi Komunikasi

Dalam peranannya sebagai teknisi komunikasi *PR* atau Humas akan dituntut menjadi *journalist in resident* yang akan bertugas sebagai penyedia layanan teknis komunikasi baik arus maupun media komunikasi yang digunakan dari pimpinan ke bawahan maupun dari

bawahan ke atasannya serta antara satu jajaran seperti antara karyawan satu departemen dan lainnya.

Berbagai bentuk aktifitas humas bersinambung dalam membentuk, mempertahankan dan menumbuhkan citra positif dihadapan masyarakat (Kirana,2020:3). Menurut F.Hayol terdapat beberapa kegiatan dan sasaran Humas yaitu sebagai berikut (Ruslan,2020:2-24) :

1. Membangun citra dan identitas perusahaan, yaitu Humas harus menciptakan identitas dan citra perusahaan yang baik dan kompeten di masyarakat, mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan semua pihak.
2. Menghadapi krisis, Humas dituntut untuk bisa menghadapi dan menangani keluhan serta krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan *PR Recovery of Image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage*.
3. Mempromosikan aspek kemasyarakatan, Humas harus mampu mempromosikan yang berkaitan dengan kepentingan publik dan mendukung kegiatan kampanye sosial.

I.5.2. Media Sosial

Media baru atau kini dikenal dengan *New Media* adalah sebuah konsep digitalisasi atau perkembangan teknologi, di mana semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Dengan teknologi

seperti ini, pengguna secara interaktif dapat membuat pilihan serta menyediakan respon produk media secara beragam. (Thifalia, 2021 : 40)

Menurut Wijayanto dalam Thifalia (2021 : 40) mengatakan bahwa Media sosial memiliki karakteristik umum, antara lain: 1) Partisipasi, yaitu mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik menggunakannya hingga mengaburkan batas antara media dan audiens; 2) Keterbukaan, yaitu kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui fitur voting, komentar, dan berbagi informasi; 3) Perbincangan antar pengguna secara dua arah; 4) Komunitas, yaitu media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat serta dapat berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan; 5) Keterhubungan, yaitu mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan ke website, sumber informasi, dan pengguna lain.

Thifalia (2021 : 44) mengemukakan keberadaan media sosial dapat dilihat sebagai simbol dari strategi komunikasi yang positif, transparan, dan terkini. Dengan karakteristik tersebut, media sosial dapat memberikan berbagai manfaat kepada penggunanya, terutama bagi government public relations (GPR) atau humas lembaga pemerintah. Pemanfaatan media sosial ini dapat menjadi jalan keluar dari berbagai permasalahan yang ada di masyarakat.

I.5.3. Produksi Konten Sosial Media

Cangara dalam Thifalia (2021 : 41) mengemukakan bahwa formulasi konten atau pesan yang akan dikomunikasikan kepada khalayak sangat penting

untuk diperhatikan dalam pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi, karena konten atau pesan merupakan unsur komunikasi sangat penting, yang akan diterima dan dipersepsi oleh khalayak dalam serangkaian makna.

Berbagai informasi yang dipublikasikan lewat konten perlu tersampaikan dengan jelas, agar memenuhi kebutuhan informasi publik dan dapat memberikan dampak positif. Maka dari itu, penggunaan jejaring sosial harus dibarengi dengan strategi produksi konten yang tepat agar proses komunikasi dapat membuahkan hasil yang diinginkan. (Thifalia, 2021 : 41).

Tahapan-tahapan produksi harus dilakukan secara berurutan yang mana tahapan pertama harus diselesaikan sebelum melanjutkan tahapan kedua, ketiga dan selanjutnya. Siklus proses produksi konten menurut (Fachruddin, 2017, p. 17) dapat dibagi menjadi tiga proses diantaranya :

Pra-produksi

Pada tahapan ini meliputi perencanaan dan detail petunjuk pelaksanaan produksi konten meliputi konsep, media, ide dan data. Pra produksi juga termasuk dalam menyiapkan data yang akan diolah menjadi suatu pesan atau informasi yang akan disampaikan. Pada pembuatan konten di media sosial perlu adanya content planning. Maka data yang diperoleh harus akurat agar informasi dapat tersampaikan dengan benar.

Produksi

Pada tahapan ini adalah merealisasikan ide atau rencana yang telah dibuat sebelumnya seperti pembuatan pembuatan konten yang diperlukan untuk

diunggah di Media sosial. Apabila konten yang telah dibuat belum memenuhi kriteria maka dapat dilakukan revisi.

Pasca Produksi

Tahap ini adalah proses mempublikasikan karya yang telah dibuat ke media yang dituju. Setelah karya dipublikasikan kemudian muncul feedback dari khalayak yang melihat kemudian dapat dijadikan bahan evaluasi untuk membuat karya selanjutnya.