

BAB I

PENDAHULUAN

A. Judul

“Peran Humas dalam Penyelenggaraan Konferensi Pers di Lingkungan Polda D.I. Yogyakarta”

B. Latar Belakang Masalah

Public Relations (PR) atau yang sering disebut dengan istilah Hubungan Masyarakat (Humas) saat ini sudah menjadi hal yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat. Keberadaan Humas dapat dijumpai di lembaga pemerintahan maupun swasta. Humas juga memiliki peran penting baik bagi lembaga maupun bagi publik eksternal, salah satunya yaitu Humas di Polda D.I. Yogyakarta. Polda D.I. Yogyakarta adalah pelaksana tugas Kepolisian RI di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Polda DIY karena tergolong polda tipe A, dipimpin oleh seorang kepala kepolisian daerah yang berpangkat bintang dua atau (Inspektur Jenderal Polisi). Wilayah hukum Polda DIY meliputi 1 kota dan 4 kabupaten, dengan rincian, satu kepolisian resor kota yaitu Polresta Yogyakarta dan 4 kepolisian resor yaitu Polres Sleman, Polres Bantul, Polres Gunungkidul, dan Polres Kulonprogo.

Humas Polda D.I. Yogyakarta berperan untuk memberikan informasi secara tepat, akurat sehingga mampu diterima dan dapat dipahami oleh publik. Ketika informasi yang diterima oleh publik sudah dapat dipahami tentunya ketidakpedulian masyarakat terhadap Polda D.I. Yogyakarta akan memberikan citra yang positif. Setiap bulannya, humas Polda D.I. Yogyakarta juga berperan untuk memonitoring berita positif dan negatif dari media cetak (koran). Berdasarkan laporan bulanan pada bulan Januari 2019 ada 322 berita positif (terdiri dari KR 93, Radar Jogja 39, Harian Jogja 51, Tribun 55, Merapi 76, Jawa Pos 5, Kompas 3), berita

negatif 5 (terdiri dari KR 1, Harian Jogja 2, Merapi 2) dan berita netral 15 (terdiri dari KR 5, Radar Jogja 3, Harian Jogja 1, Tribun 2, Merapi 4).

Berdasarkan data tersebut, beberapa kegiatan yang telah dilakukan Humas Polda D.I. Yogyakarta dalam melaksanakan *media relations* seperti konferensi pers, *press release*, liputan kegiatan, wawancara pers, gathering dan *special events*, pada kenyataannya masih ada 5 berita negatif yang muncul di media. Oleh karena itu menjadi penting untuk selalu melakukan perencanaan yang lebih matang dalam berhubungan dengan media, tidak terkecuali dalam kegiatan konferensi pers.

Selain itu, Humas Polda D.I. Yogyakarta mempunyai peran kunci dalam menyelenggarakan banyak kegiatan organisasi, yang salah satunya menjalin hubungan dengan media. Menjalinkan hubungan dengan media merupakan cara yang efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi lembaga di lingkungan Polda D.I. Yogyakarta. *Media relations* sangat dibutuhkan dan penting bagi lembaga kepolisian, sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga kepolisian dengan publiknya.

Fungsi *media relations* adalah menyiarkan atau mempublikasikan seluas-luasnya informasi PR guna menciptakan pengetahuan dan memberi pengertian bagi publiknya. Pentingnya *media relations* bagi sebuah lembaga kepolisian tidak terlepas dari kekuatan media massa yang tidak hanya mampu menyampaikan pesan kepada banyak khalayak, namun lebih dari itu, media sebagaimana konsep dasar yang memiliki fungsi mendidik, memengaruhi, mengawasi, menginformasikan, dan menghibur khalayak. Dari sinilah media memiliki potensi strategis untuk memberi pengertian, membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat, dan perilaku sebagaimana tujuan yang hendak disasar lembaga kepolisian di Polda D.I. Yogyakarta.

Fungsi humas tersebut diatas sudah dilakukan di Polda D.I. Yogyakarta seperti, melakukan konferensi pers untuk membicarakan dan

mencari solusi terhadap suatu permasalahan yang terjadi, sehingga dapat memberikan pengertian yang positif bagi masyarakat. Humas Polda D.I. Yogyakarta membutuhkan sebuah relasi agar informasi dapat tersampaikan dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Relasi tersebut yaitu dengan cara berhubungan dengan media.

Dulu *media relations* merujuk pada relasi suatu lembaga dengan media cetak sehingga cenderung memiliki cakupan arti yang lebih terbatas. Dari limitasi tersebut kemudian berkembang menjadi *media relations* yang mencakup berbagai jenis dan karakteristik media. Dari yang bersifat cetak, elektronik, hingga *online* melalui internet. Media memiliki peran sebagai perpanjangan tangan untuk berbicara dengan publik sehingga publik dapat mengetahui aktivitas perusahaan, dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif Polda D.I. Yogyakarta di mata publik, sekaligus dapat digunakan sebagai alat promosi yang nantiya aktivitas kegiatan di Polda D.I. Yogyakarta akan dapat lebih dikenal di mata publik jika diberitakan oleh media. Bagi lingkungan Polda D.I. Yogyakarta, media adalah mitra kerja, sedangkan bagi media, Polda D.I. Yogyakarta adalah sumber informasi berita yang tidak pernah kering untuk dieksplorasi. Dengan kata lain, ada simbiosis mutualisme yang terbangun di antara kedua pihak tersebut.

Berkaitan dengan hal tersebut, sebuah lembaga harus menunjukkan suatu reputasi agar dapat dipercaya media, misalnya di Polda D.I. Yogyakarta selalu menyiapkan bahan informasi yang akurat di mana dan kapan saja diminta oleh wartawan. Ini dapat dilakukan lembaga dengan memasok informasi yang baik, misalnya pengiriman *press release* yang baik sehingga hanya sedikit memerlukan penulisan ulang atau penyuntingan sebelum dimuat di media cetak, serta menggelar konferensi pers secara periodik.

Konferensi adalah rapat atau pertemuan untuk berunding atau bertukar pendapat mengenai suatu masalah yang dihadapi bersama. Konferensi juga merupakan media komunikasi tatap muka yang memberikan suatu kemungkinan bahwa dengan konferensi dapat dicapai

suatu pemahaman bersama yang tidak mungkin dicapai melalui komunikasi secara tertulis.

Konferensi pers di Polda D.I. Yogyakarta dilakukan menjelang, menghadapi ataupun setelah terjadi peristiwa atau kegiatan penting dan besar, karena biasanya materi yang dibahas adalah sebuah peristiwa penting dan besar. Penyelenggaraan konferensi pers bisa berasal dari inisiatif Kepala Bidang di Polda D.I. Yogyakarta yang mana Kepala Bidang Hubungan Masyarakat bekerjasama dengan Direktilorat Kriminal Umum dan Direktorat Kriminal Khusus, atau bisa juga atas permintaan wartawan yang menginginkan informasi lebih lengkap tentang suatu peristiwa yang bersifat besar dan terjadi di masyarakat yang ditangani oleh pihak kepolisian. Konferensi pers tidak dianjurkan bagi kegiatan atau peristiwa yang terlampau sederhana. Tetapi, konferensi pers sebaiknya dilakukan pada peristiwa besar dan penting.

Konferensi pers bertujuan untuk menyebarkan informasi positif kepada publik (masyarakat luas) tentang lembaga, menetralsir atau menambah berita yang tidak benar atau negatif, manajemen, karyawan, produk atau jasa lainnya, meningkatkan citra lembaga yang dapat menunjang pemasaran dan penjualan suatu produk/jasa seperti pengenalan produk baru, ekspansi ekspor, produksi, prestasi lembaga dan lainnya; dan membina hubungan secara langsung dengan pers (Iriantara, 2003:135).

Konferensi pers yang dilakukan oleh Polda D.I. Yogyakarta juga bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat terkait dengan klarifikasi kasus yang ditangani langsung oleh pihak kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan harapan agar masyarakat dapat mengetahui perkembangan kasus yang sedang terjadi. Sehingga dalam hal tersebut informasi yang diterima oleh masyarakat dapat dimanfaatkan dengan baik.

Kegiatan konferensi pers yang merupakan bagian dari *media relations* tidak lepas dari peran PR. PR maupun media masing-masing saling mengisi dan melengkapi, untuk kepentingan yang menguntungkan

kedua belah pihak. Pers mempunyai peranan penting dalam penyebaran informasi atau berita yang dimuat untuk membentuk opini publik yang baik. Sedangkan PR menjadi sumber informasi bagi pers untuk dijadikan bahan pemberitaan yang nantinya akan dipublikasikan melalui media massa. Dalam hal ini *Public Relations Officer (PRO)* di Polda D.I. Yogyakarta selalu memperlakukan semua media massa secara adil dan sama, sebab sikap yang tidak sama terhadap media justru dapat merugikan lingkungan Polda D.I. Yogyakarta.

PR mempunyai peran dalam konferensi pers di Polda D.I. Yogyakarta seperti mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan informasi hingga menyelenggarakan konferensi pers yang diperlukan oleh lembaga kepolisian dan media. Peran humas, yaitu untuk memberikan sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan lembaga dan mengkomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan di lembaga kepolisian terhadap masyarakat. Hal ini bertujuan untuk membentuk citra positif Polda D.I. Yogyakarta dimata masyarakat.

C. Rumusan Masalah

Rumusan yang dapat diambil dari latar belakang diatas adalah *Bagaimana Peran Humas dalam Penyelenggaraan Konferensi Pers di Lingkungan Polda D.I. Yogyakarta?*

D. Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir

Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah:

- a. Untuk memenuhi syarat kelulusan dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
- b. Untuk menggambarkan program kehumasan di Lingkungan Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta.
- c. Memaparkan peran humas di Lingkungan Polda D.I. Yogyakarta dalam penyelenggaraan konferensi pers.
- d. Mengetahui prosedur kegiatan humas di Lingkungan Polda D.I. Yogyakarta.

E. Manfaat Praktek Kerja Lapangan

1. Manfaat Bagi Mahasiswa

- a. Mengenal dan mengetahui secara langsung proses kerja secara *professional* di Polda D.I. Yogyakarta tempat Praktek Kerja Lapangan.
- b. Mendapat pengalaman bekerja sebelum lulus dari bangku kuliah serta dapat mengenal secara langsung dunia kerja yang sesungguhnya.
- c. Menambah dan mengembangkan kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa di dunia kerja.
- d. Mengasah ilmu tentang ilmu komunikasi khususnya *Public Relations*.
- e. Dapat belajar dan dibimbing secara langsung oleh senior yang *professional* dibidangnya.

2. Manfaat Bagi Lembaga

- a. Adanya kerjasama antara Polda D.I. Yogyakarta dengan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
- b. Polda D.I. Yogyakarta akan mendapat bantuan operasional berupa tenaga dan pikiran dari mahasiswa yang melakukan Praktek Kerja Lapangan.
- c. Mahasiswa dapat membantu Divisi Humas Polda D.I. Yogyakarta dalam kegiatan sehari-hari selama Praktek Kerja Lapangan berlangsung.

3. Manfaat Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

- a. Terjalannya kerjasama “bilateral” antara Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dengan Polda D.I. Yogyakarta.
- b. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta akan dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman Praktek Kerja Lapangan.
- c. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta akan dikenal di Polda D.I. Yogyakarta.
- d. Mendapat relasi baru dan referensi baru bagi mahasiswa tingkat berikutnya yang akan melakukan Praktek Kerja Lapangan.

- e. Mengetahui seberapa besar kemampuan mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah diterima, dalam praktek di dunia kerja yang sesungguhnya.

F. Waktu dan Tempat Praktek Kerja Lapangan

1. Tempat Praktek Kerja Lapangan

Nama Instansi : Polda D.I. Yogyakarta

Alamat : Jl. Lingkar Utara, Sanggrahan, Condong Catur,
Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta
55283

Telepon : +62274-884444

Website : <http://jogja.polri.go.id/>

2. Waktu Praktek Kerja Lapangan

Waktu PKL : 1 Februari 2019 s/d 1 April 2019

Hari : Senin s/d Jum'at

Jam Kerja : Senin s/d Kamis mulai pukul 07.00 s/d 15.00 WIB
Jum'at mulai pukul 07.00 WIB s/d 15.30 WIB

G. Metode Pengumpulan Data

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun dengan melakukan pengamatan dan praktik langsung pada kegiatan sehari-hari selama menempuh Praktik Kerja Lapangan di Polda D.I. Yogyakarta yang ditulis dalam jurnal kerja harian kegiatan. Sehingga dalam penulisan laporan ini mendapatkan data-data dengan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Wimmer & Dominick (Wimmer & Dominick dalam Kriyantono, 2006 : 110-111) observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Seperti penelitian kualitatif lainnya.

Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena riset. Fenomena ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subyek yang diteliti. Sehingga keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk interaksi dan percakapan (*conversation*).

Artinya selain perilaku non verbal juga mencakup perilaku verbal dari orang-orang yang diamati. Ini mencakup antara lain apa saja yang dilakukan, perbincangan apa yang dilakukan termasuk bahasa-bahasa gaul serta benda-benda yang mereka buat atau gunakan dalam interaksi sehari-hari. Dalam pengolahan data dan isi, penulis lebih menggunakan Observasi Partisipan.

Menurut Wimmer & Dominick (Wimmer & Dominick dalam Kriyantono, 2006 : 110-111) metode observasi partisipan adalah metode observasi dimana periset juga berfungsi sebagai partisipan, ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan kelompok yang diriset, apakah kehadirannya diketahui atau tidak. Dalam hal ini, penulis selalu berpartisipasi dan ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan Polda D.I. Yogyakarta agar dapat mendapatkan data-data kualitatif.

2. Wawancara

Menurut Berger (Berger dalam Kriyantono, (2006 : 100)) wawancara adalah percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek). Wawancara ini merupakan salah satu metode pengumpulan data pada riset kualitatif. Namun, saat ini keberadaan riset kualitatif banyak juga yang menjadikan wawancara sebagai salah satu metode pengumpulan data.

Agar dapat mendapatkan data kualitatif ini, penulis melakukan wawancara dengan beberapa pihak di Polda D.I. Yogyakarta antara lain dengan Kepala Bidang (Kabid) Hubungan Masyarakat, Kepala Sub Bidang Penerangan Masyarakat (Kasubid Penmas), dan staf hubungan masyarakat.

3. Studi Pustaka

Menurut Nazir (Nazir dalam Kriyantono, (2006 : 110-111)) mengemukakan bahwa studi kepustakaan adalah tehnik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, *literature*, catatan-catatan dan laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

Penulis mengumpulkan pengumpulan data melalui studi pustaka dengan cara melakukan pengayaan terhadap teori yang digunakan dan munculnya laman di *website*.

4. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Kriyantono (Kriyantono, (2006 : 120)) adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuisisioner, atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi yang dilakukan oleh penulis berupa foto-foto kegiatan, laporan polisi, berita-berita, surat kabar, dan transkrip acara TV.

BAB II

KERANGKA KONSEP

A. PENEGASAN JUDUL

Dalam penegasan judul ini, penulis akan kemukakan hal-hal yang melatar belakangi dan mendukung dalam penulisan laporan ini. Judul laporan yang diangkat yaitu “Peran Humas dalam Penyelenggaraan Konferensi Pers di Lingkungan Polda D.I. Yogyakarta”. Dalam hal ini Humas melaksanakan perannya yang berhubungan dengan Media Relations, yaitu Konferensi Pers.

Peran humas berarti bagian/partisipasi yang diambil dan dilakukan oleh seseorang dalam kegiatan tertentu, dalam hal ini bagian yang diambil oleh Humas Polda D.I. Yogyakarta menjalankan perannya sebagai jembatan atau hubungan antara Polri dengan masyarakat D.I. Yogyakarta yaitu dalam penyelenggaraan konferensi pers yang dipublikasikan melalui media massa.

Media yang digunakan oleh Polda D.I. Yogyakarta dalam penyelenggaraan konferensi pers seperti media cetak koran (Kedaulatan Rakyat, Merapi, Harian Jogja, Tribun Jogja, Radar Jogja, dan Jawa Pos), media *online* (Tribunnews.com, detik.com, harianjogja.com). Setiap konferensi pers yang dilaksanakan oleh Humas Polda D.I. Yogyakarta selalu dipublikasikan melalui media cetak dan media *online* dengan tujuan supaya masyarakat dapat mengetahui seluruh kegiatan dan kasus yang telah ditangani oleh Polda D.I. Yogyakarta.

Konferensi pers yang ditangani oleh Polda D.I. Yogyakarta adalah berbagai macam kasus penipuan (penipuan online), pencurian (pencurian uang dan pencucian uang), serta perbuatan yang melanggar hukum (kasus pemerkosaan mahasiswa UGM), TPPU Investasi Properti, Prostitusi Online, dan acara Millennial Road Safety Festival 2019 yang diadakan langsung oleh Polri. Dalam hal ini Humas Polda D.I. Yogyakarta bekerjasama dengan Direktorat Kriminal Umum dan Direktorat Kriminal Khusus untuk memaparkan terkait kasus yang sedang terjadi melalui

konferensi pers yang dihadiri wartawan, dan nantinya wartawan yang akan mengolah serta mempublikasikan berita tersebut ke media cetak koran dan internet.

B. KONSEP YANG DIGUNAKAN

1. Public Relations

a) Definisi *Public Relations*

Banyak yang mengira bahwa *Public Relations* hanyalah kegiatan-kegiatan yang tampak, namun pada kenyataannya kegiatan yang tampak oleh publik justru hanya satu tahap saja dari keseluruhan kegiatan *Public Relations* yang sesungguhnya.

Public Relations (PR) menurut (Cultip, Center, Broom 2006:6). adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara lembaga dengan public yang dapat mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan suatu lembaga tersebut. PR sebagai sebuah fungsi manajemen yang berarti bahwa manajemen di semua lembaga harus memperhatikan seluruh kinerja PR sehingga mampu membentuk dan memelihara hubungan baik yang saling menguntungkan antara lembaga dengan public sebagai basis moral dan etis dari profesi PR.

Jefkins dalam Syarifuddin S. Gassing (2006:9), menyatakan bahwa *Public Relations* adalah sesuatu atau seseorang yang dapat menyimpulkan komunikasi yang telah terencana dengan baik, baik ke dalam lembaga maupun ke luar lembaga, antara suatu lembaga dengan public dalam rangka dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan yang spesifik berlandaskan pada saling pengertian.

Berdasarkan uraian tersebut, *Public Relations* dalam pelaksanaannya melakukan banyak komunikasi dengan public eksternal salah satunya adalah komunikasi melalui media massa. Dalam *Public Relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara satu lembaga dengan publiknya, usaha tersebut adalah untuk memberikan / menanamkan kesan yang

menyenangkan, sehingga akan timbul opini public yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup sebuah lembaga.

Oleh karena itu, *Public Relations* dapat mewujudkan hal-hal positif tentang apa yang telah direncanakan dan dilaksanakan.

b) Tugas *Public Relations*

Inti dari tugas *Public Relations* adalah sinkronasi antara informasi dari sebuah instansi dengan reaksi dan tanggapan public sehingga mencapai suasana yang akrab, saling mengerti, dan muncul suasana yang menyenangkan dalam berinteraksi instansi dengan publiknya. Penyesuaian yang menciptakan hubungan yang memberi dan menerima hal-hal yang bisa menguntungkan kedua belah pihak.

Berdasarkan berbagai kegiatan yang penulis lakukan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta, beberapa jenis tugas tersebut sesuai dengan teori Cutlip, Center and Brom (2006:40). Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Humas Polda D.I. Yogyakarta adalah:

- a. Menulis dan Mengedit : Menyusun rilis berita sebagai bahan dalam pelaksanaan konferensi pers, majalah bulanan, berita media social (Instagram, Facebook, Twitter), website, laporan bulanan, laporan tahunan.
- b. Hubungan Media dan Penempatan Media : Mengontak media cetak (koran), majalah, penulis isi majalah dan publikasi atau menyiarkan berita tentang Polda. Merespons permintaan informasi oleh media, memverifikasi berita.
- c. Riset : Mengumpulkan informasi tentang opini public, tren, isu yang sedang muncul, iklim politik, peraturan perundangan, dan liputan media. Mencari database di internet, jasa online, dan data pemerintah elektronik. Mendesain riset program hingga melakukan survey.

- d. Acara special : Mengatur dan mengelola konferensi pers, dan talkshow.
- e. Produksi : Membuat saluran komunikasi dengan menggunakan keahlian dan pengetahuan multimedia, termasuk seni, tipografi, fotografi, tata letak dan *computer desktop publishing*, perekaman audio dan video editing.
- f. Kontak : Bertugas sebagai penghubung (*liaison*) dengan media. Sebagai mediator antara lembaga dan *stakeholder* penting dengan bertugas untuk mendengarkan pandangan, menegosiasikan, mengelola konflik, dan menjalin kesepakatan. Sebagai tuan rumah dengan melakukan pertemuan dan jamuan untuk tamu dan pengunjung.

c) **Peran *Public Relations***

Peran seorang *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah instansi / lembaga. *Public Relations* merupakan jembatan antara sebuah lembaga dengan public / antara pihak manajemen dengan karyawan agar tercapai *Mutual Understanding* (saling pengertian) antara kedua belah pihak.

Hal tersebut relevan dengan teori dari Dozier & Broom (1995:20-21), dan teori Cutlip, Center and Broom (2006:46) tentang peran dari seorang *Public Relations*, yaitu:

a. Penasihat Ahli (*Expert Prescriber*)

Seorang praktisi *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). *Public Relations* dianggap sebagai ahli dalam bidang tersebut sehingga mendapatkan kepercayaan penuh dari manajemen dalam mencari solusi masalah. Manajemen bersifat pasif dan menerima semua solusi yang diusulkan PR.

b. Fasilitator Komunikasi (*Communication facilitator*)

Dalam hal ini, praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, PR juga menciptakan peluang agar public mendengar apa yang diharapkan manajemen.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem solving process facilitator*)

Peranan praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan *public relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen. Dalam hal ini *Public Relations* bekerjasama dengan bagian lain dalam organisasi dalam memecahkan masalah. Dalam hal ini humas merupakan bagian dari tim manajemen membantu organisasi dan para pimpinannya melakukan proses penyelesaian masalah dengan rasional.

d. Teknisi Komunikasi (*Communication technician*)

Kebanyakan praktisi masuk ke bidang ini sebagai teknisi komunikasi. Humas hanya menyediakan layanan komunikasi bagi organisasi, sedangkan keputusan teknik komunikasi yang digunakan dilakukan oleh orang lain atau bagian lain dalam organisasi tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, Humas menjadi paham alasan setiap diselenggarakan suatu kegiatan maupun tujuan mengapa kegiatan tersebut harus dilakukan.

Teknisi PR terutama mengurus soal tulis-menulis, memproduksi dan menyebarkan komunikasi seperti *press release*, *website*, laporan bulanan dan laporan tahunan. Mereka cenderung kreatif, berjiwa seni dan cakap secara teknis mereka menganggap diri mereka sebagai “pengrajin kata-kata” dan memperlihatkan sedikit kecenderungan atau minat kepada perencanaan strategis dan riset.

Mereka kebanyakan fokus pada aktifitas komunikasi dan aktifitas lain dalam proses komunikasi. Mereka yang dominan dalam peran ini biasanya bukan dari lingkaran dalam manajemen, tetapi mereka menikmati kepuasan dalam bekerja jika mereka tetap berada dalam peran teknisi berdasarkan pilihannya sendiri. Peran ini merupakan inti dari pekerjaan PR tradisional sampai dengan menulis rilis bertita dan komunikasi media lainnya serta menjalin hubungan media.

Manajer PR merupakan bagian dari manajemen lembaga. Peran ini membutuhkan keahlian riset, minat pada pemikiran strategis dan tendensi untuk berpikir dari segi hasil atau dampak dari aktivitas PR. Praktisi dalam peran manajer PR tidak membatasi taktik mereka hanya pada komunikasi.

2. Humas Pemerintahan

a) Definisi Humas Pemerintahan

Saat ini peran Humas di instansi-instansi Pemerintah tidak bisa dipandang sebelah mata. Seiring dengan tuntutan reformasi termasuk reformasi di bidang birokrasi, pemerintah wajib menyelenggarakan aktifitasnya dengan memenuhi kriteria asas-asas Pemerintah dengan baik. Masyarakat berhak mengetahui informasi apapun dari pembuat dan pelaku kebijakan.

Menurut Rosady Ruslan (2006:341) Perbedaan utama antara fungsi dan tugas hubungan masyarakat yang terdapat di instansi pemerintah dan lembaga non pemerintah (perusahaan komersil swasta) yaitu tidak ada sesuatu yang diperjualbelikan atau transaksi terjadi, baik berbentuk produk maupun jasa pelayanan yang ditawarkan kepada pihak yang membutuhkan secara komersil. Walaupun ada pihak humas pemerintah melakukan hal yang sama dengan perusahaan komersial, seperti melaksanakan kegiatan kampanye publikasi, promosi pemasaran, dan periklanan, namun hal tersebut lebih

menekankan pada bentuk *public server* atau *public utilites* demi kepentingan pelayanan umum (masyarakat).

Hal tersebut sesuai dengan definisi Humas Pemerintah menurut Rachmadi (1999:77) yaitu Humas Pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga Pemerintah kepada masyarakat.

b) Tugas Humas Pemerintah

Pada dasarnya Humas bertugas memberikan informasi dan penjelasan kepada khalayak / publik mengenai kebijakan dan langkah – langkah / tindakan yang diambil oleh Pemerintah serta mengusahakan tumbuhnya hubungan harmonis antara lembaga dan publiknya serta memberikan pengertian kepada masyarakat tentang apa yang dikerjakan oleh instansi Pemerintah dimana Humas tersebut berada dan berfungsi. Humas menjadi palang pintu hubungan yang harmonis antara pemerintah dengan publik / masyarakat.

Jadi, pada dasarnya tugas Humas Pemerintah menurut Dimock dan Koenig (1987) dalam bukunya Rosady Ruslan (2006:342) yaitu sebagai upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan masyarakat. Selain itu ada juga tugas yang lain meliputi, mengelola kegiatan protokoler pemerintah seperti kemampuan protokoler dan MC, melakukan publikasi secara *online* (*update* berita di *website*) dan *offline*, melakukan kliping berita harian yang berhubungan dengan kegiatan lembaga tersebut, melakukan dokumentasi kegiatan baik foto dan video, serta mengelola media internal lembaga seperti kemampuan jurnalistik, *setting*, *editing* dan *layout*.

c) Tujuan Humas Pemerintah

Menurut Cutlip, et al (Cutlip et al, 2006:466), tujuannya dari humas pemerintah, terlepas dari level dan tipe pemerintah, setidaknya mengandung tujuh tujuan sama :

1. Memberi informasi konstituen tentang aktivitas agen pemerintah.
2. Memastikan kerjasama aktif dalam program pemerintah dan kepatuhan kepada program aturan.
3. Mendorong warga mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan.
4. Melayani sebagai advokat public untuk administrator pemerintah – menyampaikan opini public kepada pembuat keputusan, mengelola isu public di dalam organisasi, meningkatkan eksekutifitas public ke pejabat administrasi.
5. Mengelola informasi internal – menyampaikan *newsletter* organisasi, pengumuman elektronik, dan isi dari situs internet organisasi untuk karyawan.
6. Memfasilitasi hubungan media – menjaga hubungan dengan pers lokal; bertugas sebagai saluran untuk semua pertanyaan media; memberi tahu pers tentang organisasi, praktiknya, dan kebijakannya.
7. Membangun komunitas dan bangsa – menggunakan kampanye kesehatan public dengan dukungan pemerintah dan program keamanan public lainnya dan mempromosikan berbagai program social dan pembangunan.

3. Efektifitas Komunikasi

a) Definisi Efektifitas Komunikasi

Komunikasi dapat dipandang sebagai metaforis ' pipa ' di mana informasi ditransfer dari satu orang ke orang lain (Axley dalam *Communication in Construction*, 2006 : 3). Ini adalah nyawa dari setiap sistem interaksi manusia, tanpa itu tidak ada kegiatan bermakna atau koheren dapat terjadi (Thomason, 1988:400). Komunikasi sulit didefinisikan karena merupakan konsep

Multidimensional dan samar. Hal ini dapat memiliki berbagai makna yang berbeda, konteks, bentuk dan dampak dan begitu akan berarti hal yang berbeda untuk orang yang tidak mirip dalam situasi yang berbeda.

b) Karakteristik Konsep Komunikasi

Karakteristik penting dari konsep komunikasi dapat diringkas sebagai berikut:

- a. Komunikasi biasanya melibatkan pengalihan informasi, istilah generik yang mencakup makna seperti pengetahuan, data olahan, keterampilan dan teknologi (Cheng et al., 2001). Dalam konstruksi, informasi yang sangat beragam mengingat jumlah besar pihak yang terlibat dengan operasi konstruksi.
- b. Berkomunikasi adalah untuk menjembatani jarak dari beberapa deskripsi, yang dapat berkisar dari yang singkat dan sederhana (antara dua orang), panjang dan kompleks (di seluruh dunia) (Skyttner, 1998).
- c. Komunikasi yang sukses (pada tingkat interpersonal dalam hal apapun) adalah keterampilan sosial yang melibatkan interaksi yang efektif antara orang (Hargie, 1986). Meskipun pengembangan teknik produksi *off-site*, konstruksi tetap menjadi industri yang intensif dengan tenaga kerja dan karenanya, aktivitas sosial menuntut komunikasi antara berbagai macam peserta.
- d. Komunikasi interpersonal biasanya menyampaikan fakta, perasaan, nilai dan pendapat (Kakabadase et al., 1988). Oleh karena itu, komunikasi interpersonal dapat dianggap subjektif dan valueladen. Banyak hal konstruksi yang menuntut tingkat interpretasi subjektif dari mereka yang berpartisipasi.
- e. Komunikasi tidak hanya terjadi antara individu, tetapi dapat terjadi antara kelompok atau organisasi (Baguley, 1994). Konstruksi secara inheren merupakan kegiatan tim yang

melibatkan keterlibatan banyak spesialis secara bersamaan agar berhasil mewujudkan tujuan yang akan dicapai.

- f. Komunikasi dapat dilihat sebagai proses transaksional di mana sesuatu yang dipertukarkan antara pihak yang terlibat (Eisenberg dan Goodall, 1993:22). Konstruksi dapat dilihat sebagai serangkaian transaksi antara para pihak yang terlibat. Memfasilitasi transaksi ini telah diakui secara luas sebagai masalah utama bagi lembaga untuk mengatasi jika itu adalah untuk meningkatkan kinerjanya di masa depan.

c) Pentingnya Komunikasi

Armstrong (2001:807) menyampaikan beberapa hal penting komunikasi bagi organisasi, antara lain :

- a. Mencapai hasil terkoordinasi - organisasi berfungsi dengan cara tindakan kolektif orang, tetapi tindakan independen mengarah pada hasil yang tidak sesuai dengan tujuan organisasi. Karena itu, hasil terkoordinasi menuntut komunikasi yang efektif.
- b. Mengelola perubahan - sebagian besar organisasi tunduk pada perubahan terus menerus. Hal ini, pada gilirannya mempengaruhi karyawan mereka. Penerimaan dan kesediaan untuk merangkul perubahan ini ketika ada alasan untuk perubahan baik yang dikomunikasikan bersama-sama.
- c. Memotivasi karyawan - sejauh mana seorang individu termotivasi untuk bekerja secara efektif untuk organisasi mereka tergantung pada tanggung jawab yang mereka miliki dan ruang lingkup untuk pencapaian yang diberikan oleh peran mereka. Perasaan dalam hal ini akan tergantung pada kualitas komunikasi dari manajer senior dalam organisasi mereka.
- d. Memahami kebutuhan tenaga kerja - bagi organisasi untuk dapat merespon secara efektif terhadap kebutuhan karyawan mereka, sangat penting bahwa mereka mengembangkan saluran komunikasi yang efisien. Saluran dua arah ini memungkinkan adanya umpan balik dari tenaga kerja pada kebijakan organisasi

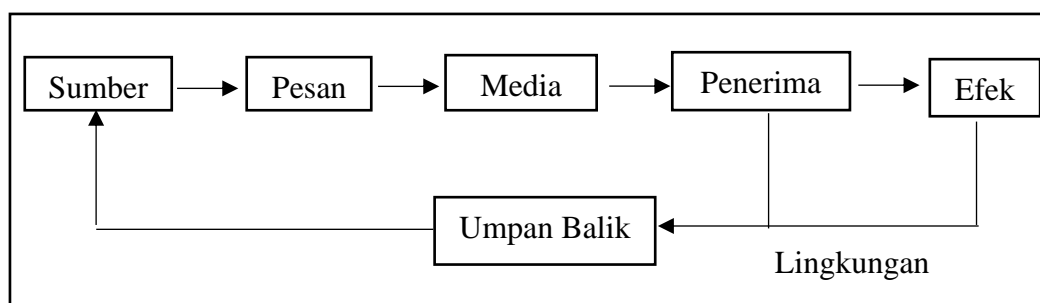
dengan cara yang mendorong dialog terbuka dan jujur antara karyawan di semua tingkatan dan manajer tingkat atas organisasi.

Sedangkan menurut Wiryanto (2000:19) Komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses, misalnya seorang komunikator menyampaikan pesan lambang – lambang yang mengandung arti, lewat saluran tertentu kepada komunikan. Dalam pengertian itu tampak, proses komunikasi diawali dengan komunikator yang menyampaikan pesan dan diakhiri dengan komunikan yang menerima pesan. Kebanyakan pada studi komunikasi, penyederhanaan tersebut diawali dari komunikator (*source*) yang menyampaikan pesan (*message*) melalui saluran (*channel*) kepada komunikan (*reciver*) sampai komunikasi menimbulkan perubahan (*effect*) pada komunikan. Penggalan proses ini dinyatakan dalam model S-M-C-R-E.

d) Unsur – Unsur Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi ini, maka kita bisa mengatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa unsur – unsur pendukung. Menurut Joshep De Vito dalam bukunya Hafied Cangara (2016:26-31) dalam bahasa komunikasi, komponen atau unsur – unsur komunikasi yaitu sebagai berikut :

Gambar 1.1 Unsur – Unsur Komunikasi



Sumber : Cangara dalam “Pengantar Ilmu Komunikasi” (2007 : 26)

Keterangan:

a. Sumber (*Source*)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terjadi dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggris disebut *source, sender atau encoder*.

b. Pesan (*Message*)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

c. Media

Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi dibagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, poster, leaflet, bulletin dan spanduk. Sementara itu media elektronik seperti radio, televisi, film dan sebagainya.

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi. Jika suatu pesan tidak dapat diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai

macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

e. Pengaruh (*Effect*)

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita lakukan. Jika sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai, maka berarti komunikasi berhasil, demikian pula sebaliknya.

f. Tanggapan balik (*Feedback*)

Feedback atau umpan balik memiliki peranan yang sangat penting, sebab dari umpan balik yang terjadi sebagai hasil komunikasi dapat dilihat apakah kegiatan komunikasi yang sedang dlancarkan oleh komunikator baik atau kurang.

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah factor – factor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.

e) **Fungsi Komunikasi Massa**

Menurut Charles R. Wright dalam bukunya Wiryanto (2000:11-12) ada beberapa fungsi yang melekat dalam proses komunikasi, yaitu : *Surveillance* (Merujuk pada fungsi pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian – kejadian yang terjadi), *Correlation* (Meliputi fungsi interpretasi pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah laku tertentu dalam mereaksi kejadian – kejadian), *Transmission* (Merujuk pada fungsi mengkomunikasikan informasi, nilai – nilai dan norma – norma social budaya) fungsi ini didefinisikan sebagai fungsi pendidikan, *Entertainment* (Merujuk pada kegiatan – kegiatan komunikator yang dimaksudkan untuk memberikan hiburan).

Berdasarkan fungsi komunikasi tersebut, maka komunikasi memegang peranan penting dalam organisasi dalam mencapai tujuan.

f) Tujuan Komunikasi

Terkait hal ini (Mudjito 1986:76) menyimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk memberikan pengaruh kepada seluruh anggota organisasi agar mereka secara bersama – sama dapat mencapai tujuan organisasi. Melalui komunikasi yang intens dan tepat diharapkan makna yang tersimpan dalam diri komunikator akan dapat tersampaikan secara tepat pula.

4. Publikasi

a) Definisi Publikasi dan Publisitas

Public Relations dituntut menjaga arus informasi agar berjalan dua arah timbal balik. Kegiatan menyampaikan atau menyebarkan informasi ini disebut kegiatan publikasi. Publikasi adalah kegiatan memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat umum (public dan masyarakat) dapat mengenalnya.

Terdapat anggapan bahwa publikasi dan publisitas adalah kegiatan yang sama, yaitu kegiatan memperkenalkan perusahaan kepada pihak luar. Dalam konteks *public relations*, publisitas adalah publikasi dengan menggunakan media massa sebagai sarana penyebaran informasi. Publisitas merupakan publikasi perusahaan yang dimuat di media massa. Dengan demikian pengertian publikasi lebih luas dan publisitas adalah bagian dari aktivitas publikasi (Kriyantono 2008:39-40).

Publisitas pada dasarnya adalah strategi yang menerapkan prinsip dengan mengirimkan informasi – informasi melalui *press release*, *press conference*, *press tour* dan lain – lain kepada media, *public relations* berharap informasi tersebut dapat disebarkan media kepada khalayak.

Sedangkan menurut Zainal Mukarom (2015:58) publisitas adalah sejumlah informasi tentang sasaran, barang atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya.

Contoh publisitas antara lain berita di media massa tentang peningkatan kinerja karyawan di sebuah lembaga, berita yang ditangani oleh Polda, liputan kegiatan *event*. Publisitas merupakan dampak diketahuinya informasi oleh public. Berita – berita di atas mengandung publisitas bagi yang diberitakannya (Kriyantono 2008:41).

b) Bentuk – Bentuk Publikasi

Menurut Diah Wardani (2008:11-12) bentuk publikasi dibagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut, berita rutin : meliputi apel pagi, rapat satker, pengumuman pertemuan, konferensi pers, dan talkshow, *Feature* : aktifitas social lembaga, upaya perusahaan yang menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan social, seperti: Polda mengunjungi lansia di daerah Gunungkidul, artikel yang berkaitan mengenai wacana yang akan digulirkan oleh organisasi untuk memperoleh tanggapan public dan mendorong pemerintah mengeluarkan kebijakan tertentu.

Praktisi Humas dalam hal ini hanya menyediakan material dari tulisan diatas untuk kemudian diolah oleh media massa. Namun secara garis besarnya sumber berita untuk publikasi adalah special *event* / suatu peristiwa. Sedangkan artikel ditulis oleh internal organisasi atau penulis yang diminta menuliskan pesan organisasi tersebut untuk media massa.

Kegiatan menyampaikan atau menyebarkan informasi disebut kegiatan publikasi. Kegiatan – kegiatan *Public Relations* tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan media, sedangkan publisitas

merupakan publikasi yang menggunakan media massa sebagai sarana penyebaran informasi.

5. *Media Relations*

a) *Definisi Media Relations*

Kegiatan seorang Humas yang selalu berhubungan dengan masyarakat atau stakeholder lainnya tentu harus memiliki suatu hubungan yang khusus pula dengan media massa yang selalu menjadi konsumsi bagi masyarakat. Di era modern yang berkembang dengan pesat seperti sekarang ini, menuntut pula seorang Humas untuk lebih proaktif dalam membangun sebuah relasi yang baik dengan beberapa pihak media. Hal tersebut seperti yang dikemukakan Yosol Iriantara (2005:31-32) dalam bukunya bahwa media relations itu merupakan bagian dari PR eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi.

Praktisi Humas tidak boleh menutup mata, ia harus terus mengadakan perubahan dan perbaikan agar hubungan dengan media yang selama ini tercipta harus terjaga dengan baik. Seperti yang dijelaskan Frank Jefkins dalam bukunya Nurudin (2008:46-48) yaitu sebagai berikut :

- a. *Servicing the media* (memahami dan melayani media). Praktisi humas yang berhasil adalah mereka yang menjalin hubungan dengan media secara baik. Hubungan ini tidak berarti bahwa media adalah yang membutuhkan data perusahaan, tetapi perusahaan juga sangat membutuhkan publikasi media. Hal demikian bisa dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut :
Apa yang sebenarnya dibutuhkan media?
- b. *Establishing a reputations for reliability* (membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya). Para praktisi Humas sudah

sepantasnya senantiasa siap menyediakan atau memasok materi – materi yang akurat, lengkap dan terpercaya dimana saja dan kapan saja dibutuhkan. Cara seperti ini tidak saja akan mendekatkan hubungan dengan para wartawan, tetapi membangun reputasi yang baik.

- c. *Supplying good copy* (menyediakan salinan yang baik). Salinan ini tidak hanya berupa data – data yang tercetak dalam kertas tetapi juga berupa rekaman foto, kaset atau video yang berguna bagi wartawan.
- d. *Cooperation in providing material* (bekerja sama dalam penyediaan materi). Praktisi Humas sangat berkaitan erat dengan wartawan, maka dua pihak itu harus bekerja sama dengan baik.
- e. *Providing verification facilities* (menyediakan fasilitas verifikasi). Praktisi Humas harus siap untuk menerima wartawan yang ingin mengadakan cek ulang materi.
- f. *Building personal relationship with the media* (membangun hubungan personal yang kokoh). Kejujuran, keterbukaan serta saling pengertian antara Humas dan wartawan sudah selayaknya dilakukan karena akan berimplikasi pada pemberitaan yang baik pula.

b) Media Relations di Humas Pemerintahan

Humas Pemerintah dapat merupakan bagian dari suatu alat atau saluran instansi pemerintah, yaitu untuk memperlancar proses interaksi positif dan menyebarluaskan informasi mengenai publikasi pembangunan nasional atau daerah melalui kerja sama dengan pihak media massa / pers. Media yang digunakan dapat berupa media elektronik maupun media cetak lainnya (Rosady Ruslan 2004:101).

Menurut Jhon D. Millet dalam bukunya Rusady Ruslan (2004:99-100), Humas dalam lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal dalam melaksanakan tugas atau kewajiban utamanya yaitu sebagai berikut :

- a. Mengamati dan mempelajari keinginan – keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat.
- b. Kegiatan untuk memberikan nasihat atau sumbang saran dalam menanggapi apa yang sebaiknya dapat dilakukan instansi / lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya.
- c. Kemampuan untuk mengusahakan terciptanya hubungan memuaskan antara public dengan para pejabat pemerintahan.
- d. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga / instansi pemerintahan yang bersangkutan.

Dalam menyiarkan informasi, Humas tentunya membutuhkan peran serta media untuk mempublikasikan seluruh aktifitas yang telah dijalankannya. Sehingga hubungan Humas dan media merupakan hubungan dua arah. Disatu pihak organisasi menyediakan informasi dan memberikan fasilitas – fasilitas kepada pers apabila sebaliknya pihak pers diminta sebaliknya pihak pers memberikan komentar – komentar dan menyiarkan berita. Sehingga upaya dalam membina media relations, menurut Soemirat dan Ardianto (2012:182-183) Humas harus melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media massa atau pers antara lain :

- a. Konferensi Pers

Konferensi pers yaitu informasi yang diberikan secara simultan / bebarengan oleh seseorang pejabat pemerintah atau swasta kepada sekelompok wartawan.

- b. *Press Release (New Release)*

Siaran Pers sebagai publisitas, yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan PR untuk menyebarkan berita. Hal tersebut dilakukan oleh bagian Humas untuk memberikan

informasi terkait dengan acara yang telah dilakukan sehingga public mengetahui secara nyata kinerja suatu instansi.

c. Liputan Kegiatan (Spesial *Events*)

Peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan Humas yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, yang mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera public, seminar, pameran dan sebagainya. Dalam kegiatan ini Humas biasanya mengundang pers atau media untuk meliputnya.

d. Wawancara Pers

Wawancara yang bersifat lebih pribadi, lebih individu. Humas atau Top Manajemen yang diwawancarai hanya hanya berhadapan dengan wartawan atau reporter yang bersangkutan. Meskipun pejabat itu yang diwawancarai sesuai meresmikan suatu acara oleh banyak wartawan, bahkan diliput radio siaran dan televisi, tetap saja wawancara bersifat individu.

Dengan adanya kegiatan media relations di Humas Pemerintahan, tentunya akan mempermudah mempublikasikan kegiatan konferensi pers. Sehingga informasi tersebut mudah diterima oleh masyarakat / khalayak umum.

6. Konferensi Pers

a) Definisi Konferensi Pers

Konferensi pers adalah suatu kegiatan mengundang wartawan untuk berdialog, dengan materi yang telah disiapkan oleh lembaga, sedangkan sasaran pertemuan diharapkan dapat dimuat di media massa dari wartawan yang telah diundang tersebut (Soemirat & Ardianto, 2002:135).

b) Tujuan Konferensi Pers

Iriantara (2003:135) menjelaskan beberapa tujuan konferensi pers antara lain, menyebarkan informasi positif kepada publik (masyarakat luas) tentang suatu isu dan kasus yang sedang terjadi, menetralsir atau menambah berita yang tidak benar atau negatif tentang isu dan kasus yang terjadi, meningkatkan citra positif lembaga dengan cara memberikan apresiasi terhadap sesuatu hal positif yang menguntungkan public dan telah dilaksanakan oleh lembaga itu sendiri, serta membina hubungan secara langsung dengan pers dan wartawan.

c) Persiapan Dalam Pelaksanaan Konferensi Pers

Menurut Soemirat dan Ardianto (2002:135) persiapan konferensi pers, yaitu: Mengirim undangan kepada redaksi media minimal tiga hari sebelum konferensi pers dilaksanakan, Mengecek kembali undangan, apakah sudah diterima oleh pihak yang bersangkutan atau belum, dan memastikan apakah wartawan ada yang bersedia hadir dalam acara konferensi pers yang akan dilaksanakan, Membuat press release tentang topik yang ingin disampaikan kepada pers dalam konferensi pers. Dan dibagikan pada hari H sebelum konferensi pers dimulai. Menunjuk juru bicara dalam konferensi pers yang mengetahui betul permasalahan yang akan dibahas dalam pertemuan dengan pers itu. Biasanya terdiri dari beberapa orang yang sesuai dengan bidangnya masing-masing dan satu sama lain saling menunjang. Menyiapkan tempat untuk konferensi pers, disesuaikan dengan kasus yang terjadi dan jumlah wartawan yang diundang. Pada saat pelaksanaan konferensi pers dilengkapi dengan alat barang bukti agar dapat menunjang kasus yang terjadi. Bilamana konferensi dilakukan sebelum dan sesudah makan siang, siapkan makanan kecil dan minuman. Membuat daftar hadir khusus bagi wartawan yang diisi wartawan ketika baru datang ke konferensi pers seperti nama media massa yang diwakilinya, alamat dan paraf

atau tanda tangan. Lama dan jalannya konferensi pers diatur secara ringkas, padat, jelas dan terarah, agar waktu tidak terbuang bagi kalangan pers, karena masih ada tugas wartawan lainnya yang menunggu selain pertemuan pers.

BAB III
DISKRIPSI UMUM
POLDA D.I. YOGYAKARTA

A. Profil Instansi

1) Nama Instansi

Lembaga : Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta

Alamat : Jl. Lingkar Utara Condongcatur, Depok, Sleman,
Yogyakarta 55283

Telepon : +62274-884444

Website : <http://jogja.polri.go.id/>

2) Sejarah Instansi

Pada tanggal 1 Juli 1946 diperingati oleh Polri sebagai tahun sebagai “Hari Bhayangkara” yaitu peristiwa peralihan status Jawatan Kepolisian Negara, dari lingkungan Department Dalam Negeri dibawah Perdana Menteri, dan menjadi jawatan tersendiri. Hari Bhayangkara yang diperingati setiap tahun oleh Polri bukanlah memperingati Hari Lahir Polri, karena Polri itu telah lahir bersama dengan Proklamasi RI.

Pada tanggal 10 Juli 1948 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1948 yang ditetapkan di Yogyakarta, Pemilik Kepolisian merubah nama dari Kepala Kepolisian Provinsi DIY menjadi Kepolisian Wilayah Yogyakarta. Pada saat itu, Polisi Wilayah hanya terdapat bagian sebagai berikut:

- a. Bagian Umum
- b. Bagian Reserse Kriminal
- c. Bagian Pengawasan Aliran Masyarakat

Demikian juga dengan Polisi Sub Wilayah mempunyai bagian yang sama dengan Polisi Wilayah, dengan terbentuknya Jawatan Kepolisian Negara pada tanggal 17 Agustus 1950 pada Polisi Sub Wilayah terdapat pos-pos Polisi.

Disusul juga dengan order Kepala Kepolisian Negara tanggal 13 Mei 1951 No. 2/11/1951, kantor Polisi Wilayah bertambah bagian-bagiannya, antara lain sebagai berikut:

1. Bagian Umum
2. Bagian Resese Kriminal
3. Bagian Pengawasan Aliran Masyarakat
4. Bagian Keuangan
5. Bagian Perlengkapan

Sehubungan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Pokok Pemerintah Daerah Nomor 1/1957 tentang Pembentukan Daerah Swatantra, maka susunan Kepolisian Daerah berubah. Kepolisian Wilayah Yogyakarta diubah menjadi Distrik Kepolisian Yogyakarta, sedangkan Kepolisian tingkat Kabupaten tetap bernama POLRES, khusus untuk Kodya Yogyakarta disebut POLRESTA dan pada tahun 2000 berubah menjadi POLTABES.

3) Situasi Wilayah Polda D.I. Yogyakarta

I. Geografi

Posisi Daerah Istimewa Yogyakarta Diantaranya 7^o.33 sampai 8^o.12 LS dan 11^o.00 sampai 11^o.50 BT

Batas Wilayah

Selatan : Lautan Indonesia

Tenggara : Kabupaten Wonogiri

Timur Laut : Kabupaten Klaten

Barat Laut : Magelang

Barat : Purworejo

Luas Daerah Istimewa Yogyakarta

Kodya Yogyakarta : 3.185.80 km

Kabupaten Bantul : 32.50 km

Kabupaten Sleman : 506.85 km

Kabupaten Gunungkidul: 1.485.36 km

Kabupaten Kulon Progo: 586.28 km

II. Demografi

Jumlah Penduduk :

- a. Kodya Yogyakarta Laki-laki : 236.507 Perempuan : 224.669
- b. Kab. Bantul Laki-laki : 425.637 Perempuan : 397.626
- c. Kab. Kulon Progo Laki-laki : 224.286 Perempuan : 234.817
- d. Kab. Gunungkidul Laki-laki : 364.782 Perempuan : 380.333
- e. Kab. Sleman Laki-laki : 378.485 Perempuan : 396.349

Jumlah WNA:

- a. Kodya Yogyakarta Laki-laki : 0 Perempuan : 0
- b. Kab. Bantul Laki-laki : 11 Perempuan : 5
- c. Kab. Kulon Progo Laki-laki : 0 Perempuan : 0
- d. Kab. Gunungkidul Laki-laki : 5 Perempuan : 2
- e. Kab. Sleman Laki-laki : 0 Perempuan : 0

4) Sumber Daya Alam

- a. Penangkapan hasil ikan di Kab. Gunungkidul, Kab. Bantul dan Kab. Kulon Progo.

- b. Penambangan batu kalsit di Kab. Gunungkidul.
- c. Penambangan batu kapur di Kab. Gunungkidul dan Kab. Kulon Progo.
- d. Penambangan pasir, perikanan air tawar dan perkebunan salak di Kab. Sleman.
- e. Pasir besi di pantai Kulon Progo yang belum dikelola sama sekali.

5) Hankam

- a. Satuan Atas : Mabes POLRI
- b. Satuan Samping : Korem 072/PMK

6) Ideologi

Pancasila sebagai tatanan bangsa Indonesia kenyataannya belum mencapai sasaran :

- a. Timbulnya konflik politik
- b. Terjadinya kerusuhan diberbagai daerah
- c. Kemungkinan timbulnya isu-isu politik.
- d. Masih adanya gerakan yang ditimbulkan oleh ekstrim kanan dan ekstrim kiri

7) Politik

- a. Pertentangan antar elit politik di tingkat pusat.
- b. Kemungkinan timbulnya politik praktis yang akan mengontrol atau mengkritik.
- c. Kebijakan pemerintah secara inkonstitusional.
- d. Penyebaran informasi oleh media massa dalam menghadapi era globalisasi.

8) Ekonomi

- a. Angka inflasi yang tinggi.
- b. Semakin majunya system komputer (internet) menyebabkan terjadinya kejahatan- kejahatan.
- c. Ekonomi (pembobolan rekening dengan internet).

d. Rekayasa manipulasi pajak oleh penguasa.

9) Sosial Budaya

Ganti rugi tanah yang terkena proyek. Tidak seimbangnya antara jumlah penduduk dengan lapangan kerja sehingga menimbulkan :

- a. Pengangguran
- b. UMR belum selesai
- c. Timbulnya calo-calo tenaga kerja
- d. Penipuan dengan dalih pekerjaan
- e. Adanya kesenjangan social yang mencolok.
- f. Fanatisme agama yang sempit
- g. Dampak pengangguran intelektual.

10) Lokasi

Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta di Jl. Lingkar Utara, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta.

B. Visi dan Misi Polda D.I. Yogyakarta

1) Visi Polda D.I, Yogyakarta

Visi Polda D. I. Yogyakarta yaitu:

”Terwujudnya Polda D.I. Yogyakarta yang professional, unggul, terpercaya, berkepribadian dan semakin dicintai masyarakat guna mendukung terciptanya Jogja Istimewa berlandaskan semangat gotong-royong”.

2) Misi Polda D.I. Yogyakarta

Misi Polda D. I. Yogyakarta antara lain :

1. Menyelenggarakan perlindungan, pengayom dan pelayanan kepada masyarakat yang semakin *gumregah* (menggeliat) mewujudkan keamanan Yogyakarta yang kondusif melalui kegiatan pre-emptif, preventif sepanjang waktu;

2. Meningkatkan kualitas personel yang professional, kompeten, unggul, terpercaya, berkepribadian dan dicintai masyarakat melalui seleksi yang obyektif, bersih, transparan, akuntabel dan humanis;
3. Meningkatkan kegiatan deteksi dini, peringatan dini dan cegah dini secara cepat, akurat dan efektif untuk menghasilkan deteksi aksi yang unggul;
4. Memperbanyak dan memberdayakan Bhabinkamtibmas di Desa / Kelurahan dalam rangka meningkatkan strategi Polmas untuk mewujudkan Polisi sahabat masyarakat yang semakin dicintai masyarakat;
5. Meningkatkan penyelenggaraan kemitraan dan sinergi polisional dengan masyarakat, Lembaga / Instansi terkait yang mengedepankan semangat kegotong-royongan;
6. Menyelenggarakan penegakan hukum yang berkeadilan, menjunjung tinggi HAM dan anti KKN;
7. Menyelenggarakan kamseltibcar lintas untuk menjamin keselamatan dan kelancaran arus barang dan orang;
8. Menyelenggarakan pengadaan dan pemeliharaan teknologi maupun sistem informasi kepolisian guna meningkatkan dan mengoptimalkan kinerja Polri;
9. Meningkatkan kemampuan intelijen kepolisian yang professional dan kompeten untuk mendukung terciptanya keamanan yang kondusif, pencegahan dini criminal dan pengambilan keputusan yang tepat pada kebijakan keamanan;
10. Meningkatkan pengamanan kegiatan masyarakat, obyek vital nasional dan obyek vital lainnya serta memberikan pertolongan dan pencairan;
11. Menjaga keamanan wilayah D.I. Yogyakarta sebagai kota budaya, kota pelajar, kota wisata dan kota perjuangan serta mendorong terciptanya Jogja Istimewa.

C. MAKNA DAN ARTI LAMBANG KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Gambar: 2.1 Lambang Polda D.I. Yogyakarta



Sumber: Humas Polda D. I. Yogyakarta

1) Pura dan Sembilan Anak Tangga

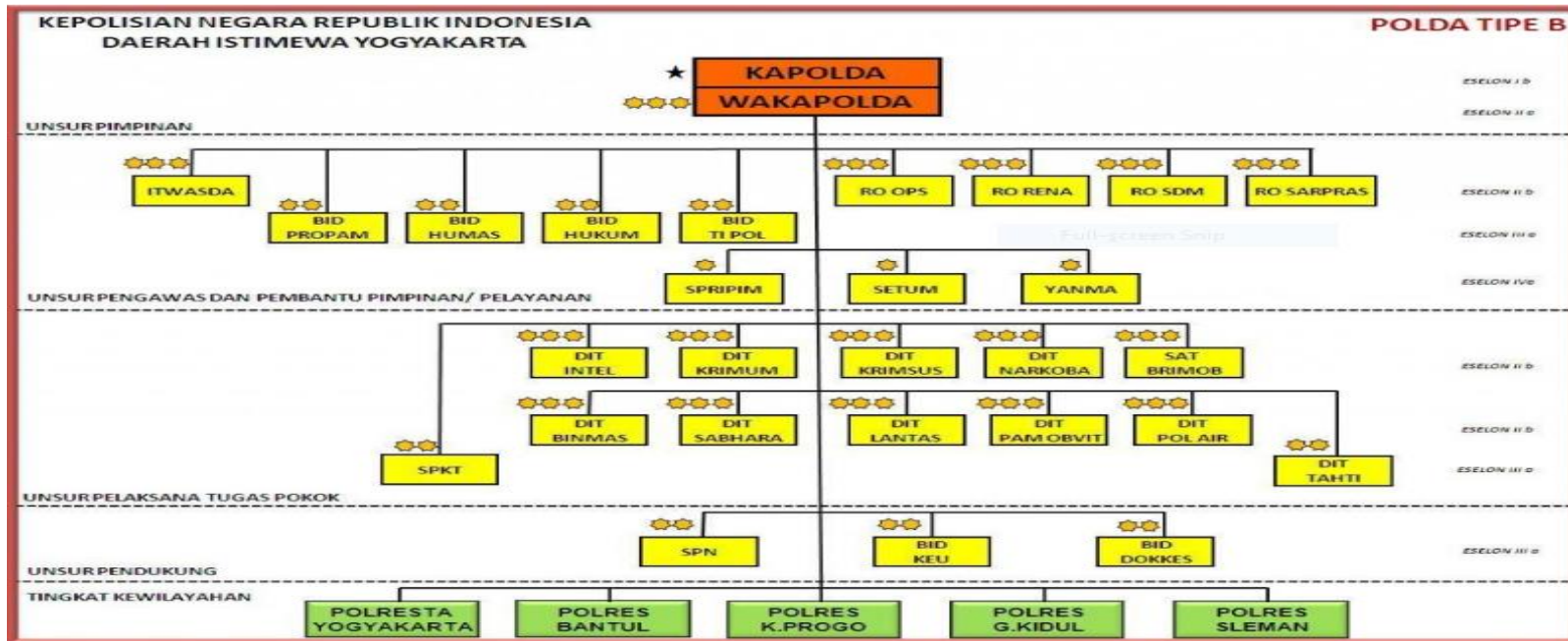
- a. Polda D.I. Yogyakarta berada di Wilayah kerajaan Mataram yang merupakan pusat seni adiluhung dari masa ke masa.
- b. Jumlah sembilan tangga bermakna untuk mencapai hasil tugas sebagai prajurit bhayangkara harus melewati ujian-ujian (hindari nafsu angkara murka yang ada pada manusia untuk bersih dan tidak tercela).
- c. Yogyakarta merupakan daerah istimewa yang mempunyai latar belakang sejarah perjuangan kemerdekaan RI di masa revolusi dengan pantang menyerah, ini merupakan cerminan dari perjuangan dari raja-raja Mataram tempo dulu saat melawan penjajah Belanda.

2) Kelopak Bunga 5 Buah, Warna Putih

- a. Sapta Pandita Ratu bermakna apa yang dipikirkan sempurna dan tidak akan berubah.
- b. Berbudi Bawaleksana bermakna tidak segan-segan memuji kepada yang berjasa serta menghukum kepada yang bersalah demi tegaknya kewibawaan.

D. Struktur Organisasi Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta

Gambar : 3.1 Struktur Organisasi Polda D.I. Yogyakarta



Sumber : Humas Polda D. I. Yogyakarta

Posisi Humas di Polda D.I. Yogyakarta yaitu pejabat Eselon III c termasuk dalam unsur pimpinan, di bawah Kapolda dan Wakapolda. Posisi Humas di Humas sejajar dengan Irwasda (Irwasda sebagai pejabat Eselon II b), Bid Propam, Bid Hukum, Bid TI Pol, Ro Ops, Ro Rena, Ro SDM dan Ro Sarpras. Pada posisi tersebut Humas tidak hanya menjalankan tugas teknis saja tetapi juga strategis.

E. Bidang Hubungan Masyarakat Polda D.I. Yogyakarta

1) Visi Bidhumas Polda D. I. Yogyakarta

“ Bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta mempunyai visi mampu menjadi penjurur untuk mendorong dan membangun kepercayaan masyarakat serta opinin positif guna mewujudkan citra Polri”

2) Misi Bidhumas Polda D. I. Yogyakarta

1. Humas sebagai “Front Office Polri” yang merupakan unsur terdepan dalam pelayanan public dibanding informasi dan dokumentasi serta menerima dan menyalurkan pengaduan / feedback masyarakat.
2. Humas sebagai juru bicara lembaga, fasilitataor, memberi pelayanan informasi kepada public, menindak lanjuti pengaduan public, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis serta menjadi penghubung lembaga dengan pemangku kepentingan.
3. Dapat mengimplementasikan teknis dan taktis sesuai dengan tupoksi dan peranan secara sinergi dalam mengelola dan mengkomunikasikan informasi bagi pembangun opinin positif pelaksanaan tugas Polri.

3) Motto

“Obyektif Dipercaya Partisipasi”

F. Makna Logo Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta

Gambar : 4.1 Lambang Humas Polda D.I. Yogyakarta



Sumber : Humas Polda D. I. Yogyakarta

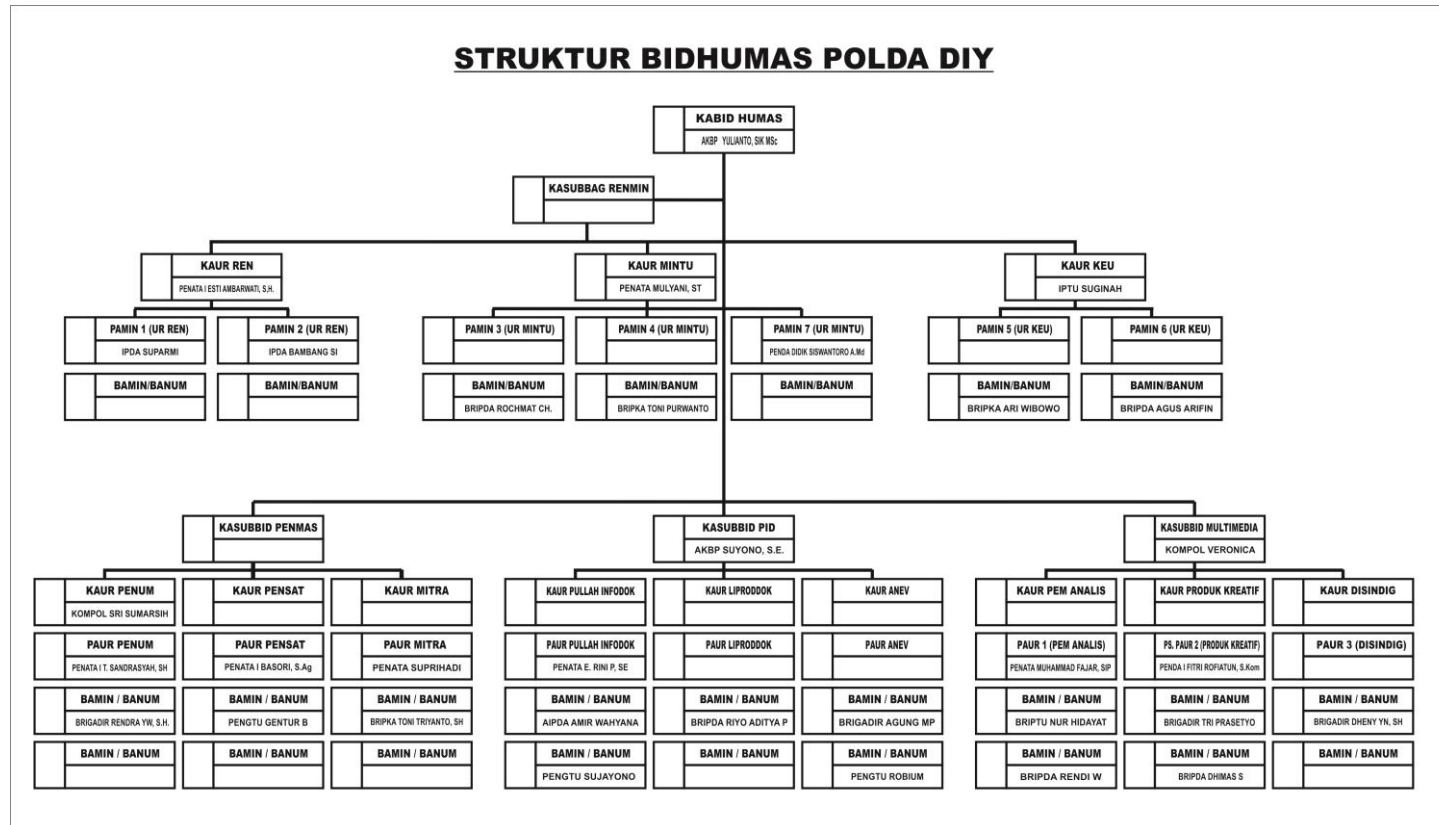
1. Lingkaran luar warna hitam tertulis *obyektif, dipercaya, dan partisipasi* berwarna putih, merupakan motto Humas Polri. Kemampuan Humas Polri dalam memberikan informasi secara obyektif agar dapat membentuk opini dan citra positif terhadap institusi Polri, guna membangun kepercayaan masyarakat dalam rangka mewujudkan dukungan partisipasi masyarakat dan melaksanakan tugas kepolisian sebagai pelindung, pengayom, dan pelayanan masyarakat.
2. Lingkaran dalam berwarna merah putih
 - a. Melambangkan bendera Negara Kesatuan Republik Indonesia.
 - b. Dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara terus menerus mengadakan interaksi dengan lingkungan dan selalu waspada terhadap propaganda lawan, untuk mewujudkan kesatuan wilayah, bangsa dan keamanan dalam menciptakan keutuhan NKRI.
3. Garis tengah berwarna hitam
 - a. Melambangkan garis khatulistiwa dimana letak Negara Kesatuan Republik Indonesia.
 - b. Indonesia sebagai Negara kepulauan yang terletak di antara samudra dan dua benua merupakan letak Negara yang strategis.
4. Tiga buah bintang segi lima berwarna putih
 - a. Melambangkan bintang segi lima menunjukkan kelima sila “Pancasila” dan sebagai dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia.

- b. Tiga bintang berwarna putih melambangkan Humas Polri dalam melaksanakan tugas berpedoman kepada “Tribrata” secara tulus dan ikhlas.
5. Temeng berwarna hitam. Melambangkan pengabdian Humas Polri dalam memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat melalui informasi yang dipublikasi yang objektif.
6. Tulisan Humas Polri berwarna kuning. Melambangkan keagungan fungsi Humas Polri yang sangat diperlukan dalam memasyarakatkan kinerja Polri.
7. Obor berwarna putih
 - a. Melambangkan memberikan informasi dan penerangan secara cepat, benar, tepat dan akurat.
 - b. Memberikan informasi tentang tugas mulai Polri dalam memelihara Kamtibmas, penegakan hukum dengan melaksanakan perlindungan, pengayoman serta pelayanan masyarakat.
8. Lidah api berwarna merah. Melambangkan bahwa “Catur Prasetya” dijadikan sebagai pedoman kerja dalam bidang kehumasan.
9. Lingkungan bola dunia berwarna biru laut
 - a. Melambangkan era globalisasi yang diwarnai oleh transparansi, kebebasan, demokrasi, menghormati Hak Asasi Manusia dan pemeliharaan lingkungan hidup.
 - b. Dalam tugas dan peran Humas Polri harus dapat memberi dan menetralsir informasi yang dapat mempengaruhi kehidupan berbangsa dan bernegara yang berskala internasional, regional maupun nasional khususnya yang menyangkut bidang keamanan dan budaya patuh hukuman.
10. Enam sinar api berwarna kuning
 - a. Mengembangkan kegiatan fungsi Humas Polri dalam rangka membentuk opini positif untuk menciptakan citra Polri yang baik.
 - b. Membuat perencanaan kegiatan Humas Polri dalam upaya mencapai tujuan organisasi.

- c. Menyelenggarakan kerjasama dengan media massa dengan menginformasikan dan mengkomunikasikan serta mempublikasikan keberhasilan kinerja Polri.
 - d. Menjalin kemitraan dengan Instansi, LSM, Cendekiawan, Orpol, Ormas.
 - e. Memberikan informasi dan penerangan kepada Personel Polri.
 - f. Menganalisa mengevaluasi informasi, berita media massa serta opini yang berkembang di masyarakat.
 - g. Mendokumentasikan kegiatan Polri baik kegiatan Operasional maupun pembinaan dalam bentuk VCD dan foto.
11. Satu obor berwarna putih, 7 sinar obor berwarna oranye, 4 cincin obor berwarna hitam, dan 6 sinar obor berwarna kuning.
- a. Melambangkan hari Bhayangkara 1 Juli 1946.
 - b. Ting obor dan nyala obor melambangkan disamping pemberian penyuluhan dan penerangan juga bermaknan penyadaran hati nurani masyarakat agar selalu sadar dan patuh hukum guna menciptakan kondisi Kamtibmas yang mantap.

G. Struktur Organisasi Bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta

Gambar : 5.1 Struktur Organisasi bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta



Sumber : Humas Polda D. I. Yogyakarta

Struktur Organisasi Bidang Hubungan Masyarakat Polda DIY mengacu Peraturan Kapolri nomor 22 Tahun 2010 tanggal 28 September 2010 Susunan Organisasi dan Tata Kerja Pada Tingkat Kepolisian Daerah. Satuan-satuan Organisasi Polri pada Bidang Hubungan Masyarakat Polda DIY disusun sebagai berikut :

1. Unsur Pimpinan : Kabid Humas Polda D.I. Yogyakarta
2. Unsur-unsur pengawas dan pembantu : Pimpinan / pelayanan Kasubbagrenmin (Kepada Sub Bagian Perencanaan dan Administrasi) terdiri atas:
 - a. Kaurren (Kepala Urusan Perencanaan)
 - b. Kaurmin (Kepala Urusan Administrasi)
 - c. Kaurtu (Kepala Urusan TU)
3. Unsur pelaksanaan tugas pokok :
Kasubbid Penmas (Kepala Sub Bidang Penerangan Masyarakat) terdiri dari:
 - a. Kaurpenum (Kepala Urusan Penerangan Umum)
 - b. Kaurpensat (Kepala Urusan Penerangan Satuan)
Kaurmitra (Kepala Urusan Mitra) Kasubbid PID terdiri dari:
 - a. Kaurpullahinfodok
 - b. Kaurliprodok (Kepala Urusan Liputan Produksi dan Dokumentasi)
 - c. kaurmonitor
4. Unsur Pendukung
 - a. Para Paur (Perwira Urusan)
 - b. Banum / Staff

H. Tupoksi

Berdasarkan Peraturan Kapolri Nomor 22 tahun 2010 tanggal 28 September 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja pada Tingkat Kepolisian Daerah adalah unsur pelayan dan pembantu pimpinan yang berada di bawah Kapolda.

Tugas Pokok Bidang Hubungan Masyarakat Polda D.I.Yogyakarta adalah melaksanakan kegiatan Hubungan Masyarakat (Humas) melalui pengelolaan dan penyampaian pemberitaan atau informasi dan dokumentasi serta kerjasama dan kemitraan dengan media massa dalam rangka pembentukan opini masyarakat yang positif bagi pelaksanaan tugas Polri.

I. Fungsi Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta

1. Melaksanakan pembinaan fungsi Humas dalam lingkungan Polda D.I.Yogyakarta.
2. Menyelenggarakan Penerangan Umum yang meliputi pengelolaan dan penyampaian informasi termasuk kerjasama/kemitraan dengan media massa berikut komponennya dalam rangka membentuk opini masyarakat bagi kepentingan pelaksanaan tugas Polri.
3. Membina dan mengendalikan wartawan/media massa dengan tujuan dapat mendukung keberhasilan pelaksanaan tugas Polda D.I.Yogyakarta.
4. Melaksanakan kegiatan Penerangan Kesatuan dalam upaya mendorong, mengajak serta mengoptimalkan tugas personel Polda D.I.Yogyakarta sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku, yang dilandasi jiwa kejuangan mental spiritual sehingga tercipta Sumber Daya Manusia Polda D.I.Yogyakarta yang profesional, efektif, efisien dan modern sesuai dengan tujuan validasi organisasi Polri dalam menuju Polri yang Mandiri, Profesional dan Dicintai Masyarakat.
5. Melaksanakan kegiatan hubungan kemitraan dengan media massa guna mendukung tugas-tugas Polda D.I.Yogyakarta.
6. Melaksanakan Monitoring dan Anev opini publik serta counter opini dari pemberitaan media massa untuk mengetahui kualitas citra Polri dalam melaksanakan tugas pembinaan Kamtibmas Polda D.I. Yogyakarta
7. Memproduksi keberhasilan tugas kehumasan guna menunjang efektifitas kegiatan Bidang Hubungan Masyarakat Polda D.I.Yogyakarta.

8. Memanfaatkan mekanisme kegiatan Bidang Hubungan Masyarakat Polda D.I. Yogyakarta termasuk menjalin hubungan lintas sektoral untuk menjamin efektivitas pelaksanaan tugas.

1) **Perencanaan Kinerja**

Bidang Hubungan Masyarakat dalam meningkatkan sinergi kemitraan (*networking*) melalui Rencana Kerja serta Sasaran Strategis tahun 2016 dapat mewujudkan capaian keberhasilan dengan sasaran strategis terbangunnya kemitraan antara Polri dengan lembaga/instansi pemerintah/swasta serta para stakeholder dalam rangka Harkamtibmas yang diukur dengan empat indikator kinerja utama dengan 5 indikator kinerja kegiatan antara lain :

1. Mencetak majalah Tribrata News untuk dibagikan kepada personel Polda DIY dan Jajaran yang memuat Pensat, Berita, Mimbar Agama, Konsultasi Psikologi dan Opini;
2. Penerangan Masyarakat kegiatan Jumpa Pers, Press Release, Jumpa Pers, Talk Show/dialog interaktif (Radio dan TV) dan pembinaan wartawan;
3. Melaksanakan kerja sama dengan humas instansi pemerintah, perguruan tinggi wilayah Yogyakarta baik negeri maupun swasta, Komisi Informasi D.I. Yogyakarta, Aliansi Jurnalistik Indonesia (AJI) cabang Yogyakarta, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) cabang Yogyakarta, dan kerjasama dalam pembuatan majalah Tribrata News dengan Percetakan Aditya Media;
4. Pelaksanaan kegiatan liputan agenda giat pejabat Polda di setiap harinya kemudian kegiatan di Jajaran, dan hasil pelaksanaan dokumen kegiatan itu dilakukan pengarsipan dalam bentuk CD;
5. Melaksanakan Monitoring situasi keamanan dan ketertiban masyarakat di Wilayah Hukum Polda D.I. Yogyakarta melalui : media cetak dalam bentuk kliping SKH dan Media elektronik.

2) Rencana Strategis

Tujuan Bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta

1. Terbangunnya opini masyarakat terhadap Polri sebagai pemelihara keamanan dan ketertiban, pelindung, pengayom, pelayan masyarakat serta penegak hukum yang profesional dan proporsional serta dapat dipercaya masyarakat melalui pengelolaan informasi;
2. Terjalannya kemitraan/jejaring/net working antara organisasi Polri dengan instansi terkait Bidang Kehumasan dan masyarakat, membina hubungan dan kerja sama yang positif dengan instansi terkait dan lembaga yang saling menguntungkan, memberikan dukungan manajemen dalam fungsi organisasi Polri serta membangun persepsi, citra dan opini positif bagi Polri dari masyarakat;
3. Terbentuknya opini publik terhadap Polri dan citra positif sehingga meningkatkan kepercayaan kepada Polri semakin tinggi dan diharapkan adanya saling percaya dan timbul suatu dukungan masyarakat kepada Polri berupa kerjasama dan kemitraan.

Sasaran Strategi Bid Humas:

- a. Terlaksananya kegiatan Penerangan Jumpa Pers untuk mempublikasikan situasi Keamanan dan Ketertiban wilayah Hukum Polda dalam waktu persemester, *press release* adalah wujud tulisan dari kegiatan jumpa pers dapat dimuat dalam media baik cetak maupun elektronik sampai masyarakat dan dapat apresiasi dan kepercayaan sehingga dapat menciptakan opini yang positif dari masyarakat.
- b. Terlaksananya kerja sama dengan humas instansi pemerintah, perguruan tinggi wilayah Yogyakarta baik negeri maupun swasta, Komisi Informasi D.I. Yogyakarta, Aliansi Jurnalistik Indonesia (AJI) cabang Yogyakarta, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) cabang Yogyakarta, dan kerjasama dalam pembuatan majalah Tribata News dengan Percetakan Aditya Media Yogyakarta.

- c. Terlaksananya kegiatan liputan agenda giat pejabat Polda dan di Jajaran, pengumpulan informasi, mengumpulkan informasi/berita serta merta, berkala dan informasi yang dikecualikan.
- d. Terlaksana Monitoring situasi keamanan dan ketertiban masyarakat di Wilayah Hukum Polda DIY melalui :
 - 1) Media cetak baik berupa Berita Kriminal, kegiatan keberhasilan anggota Polri yang dimuat dalam surat kabar harian yang terbit dalam bentuk kliping SKH,
 - 2) Melaksanakan Monitoring situasi keamanan dan ketertiban masyarakat melalui media elektronik sehingga dapat melakukan evaluasi situasi kamtibmas wilayah Polda DIY.
 - 3) Memonitor pengaduan masyarakat melalui website Polda DIY yang dikelola PID Bidhumas Polda DIY ini merupakan apresiasi masyarakat terhadap Polri.

3) Kebijakan Bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta

1. Pemahaman anggota Polri terhadap informasi yang perlu disampaikan kepada masyarakat publik;
2. Informasi yang diperoleh Polri harus dikelola dengan tepat dan benar sebelum dipublikasikan;
3. Semua anggota Polri sebagai pengemban fungsi kehumasan / *public relations* walaupun hanya terbatas 3 H 1 W;
4. Membangun kerjasama antar humas instansi pemerintah serta lembaga – lembaga lain guna meningkatkan pertukaran informasi.

J. Garis Besar Pedoman Pelaksanaan Tugas dan Fungsi Humas di Jajaran Polri.

Menurut buku Pedoman Pelaksanaan Tugas dan Fungsi Humas di Jajaran Polri yang diterbitkan oleh Divisi Humas Mabes Polri pada tahun 2010, deskripsi pedoman kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas dan jajaran Polri dalam rangka melaksanakan tugas dan fungsinya, meliputi :

1) Bidang Penerangan Umum

1. *Press Release*

Press Release atau siaran pers adalah pernyataan atau informasi yang diberikan kepada media massa disampaikan dalam bentuk tulisan.

2. Konferensi Pers

Konferensi Pers adalah suatu kegiatan Humas Polri untuk menyampaikan pernyataan atau informasi yang terkait dengan permasalahan actual dengan menghadirkan media massa untuk dipublikasikan ke masyarakat luas.

3. Hak Jawab

Hak Jawab merupakan hak seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan atas nama baiknya.

4. Hak Koreksi

Hak Koreksi adalah hak seseorang untuk mengoreksi atau membetulkan kekeliruan informasi yang diberikan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain.

5. Analisa Berita

Analisa Berita adalah kajian dan evaluasi terhadap pemberitaan media massa yang menonjol, menjadi perhatian public dan pemberitaan berlangsung secara terus-menerus.

6. Penyelesaian Sengketa Pers

Penyelesaian Sengketa Pers adalah penyelesaian sengketa antara media massa dan masyarakat / organisasi terkait dengan pemberitaan media yang dilakukan melalui penyampaian hak jawab mediasi atas pengaduan ke Dewan Pers.

7. Penertiban Media Komunikasi Eksternal

Media komunikasi eksternal adalah media yang digunakan sebagai sarana komunikasi antara kepolisian dengan masyarakat.

2) Bidang Penerangan Satuan

1. Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka adalah penyampaian pesan atau informasi secara langsung dari pejabat Humas Polri kepada anggota Polri dan PNS Polri yang berisi Undang-Undang, peraturan, kebijakan, petunjuk perintah untuk diketahui, dipahami dan dilaksanakan.

2. Pembuatan *Leaflet/Booklet*

Penyampaian pesan atau informasi yang dilaksanakan oleh Humas Polri melalui media tulisan atau gambar yang berisi Undang-Undang, peraturan, kebijakan, petunjuk, perintah untuk diketahui, dipahami dan dilaksanakan oleh pembaca baik internal Polri maupun masyarakat.

3. Penerbitan Buletin Penerangan Satuan

Penyampaian informasi kepada anggota Polri secara tertulis yang berisi atau terkait dengan Undang-Undang, Peraturan, kebijakan, petunjuk, perintah pimpinan Polri dan berita-berita tentang Polri yang ada di media massa baik cetak maupun elektronik untuk diketahui, dipahami dan dilaksanakan oleh anggota Polri.

4. Penerbitan Media Komunikasi Internal

Penyampaian informasi kepada anggota Polri secara tertulis (cetak) dan didukung dengan dokumentasi-dokumentasi yang berisi atau terkait dengan Undang-Undang, peraturan, kebijakan, petunjuk, perintah pimpinan Polri maupun kegiatan-kegiatan Polri untuk diketahui, dipahami dan dilaksanakan anggota Polri.

3) Bidang Membangun Kemitraan

1. Badan Koordinasi Kehumasan

Badan Koordinasi Kehumasan adalah salah satu bentuk pertemuan kehumasan lembaga pemerintah yang melaksanakan kegiatan koordinasi secara rutin untuk saling menyampaikan pesan maupun informasi.

2. Kerjasama dengan Dewan Pers

Kerjasama dengan Dewan Pers adalah kegiatan yang dilakukan berdasarkan ikatan atau perjanjian serta kesepakatan antara Polri dan Dewan Pers dalam setiap penanganan persoalan atau permasalahan atas pemberitaan di media massa.

3. Kerjasama dengan Komisi Informasi Pusat / Daerah

Kerjasama dengan Komisi Informasi Pusat / Daerah adalah kegiatan yang dilakukan berdasarkan iklan atau perjanjian antara Polri dan Komisi Informasi dalam setiap layanan informasi yang disampaikan kepada Polri maupun Komisi Informasi terhadap penanganan persoalan informasi maupun permasalahan informasi (penyelesaian sengketa informasi).

4. Kerjasama dengan Instansi Pemerintah

Kerjasama dengan Instansi Pemerintah adalah kegiatan yang dilakukan berdasarkan ikatan atau perjanjian serta kesepakatan antara Polri dengan Instansi Pemerintah dalam setiap bentuk kegiatan yang saling memberikan keuntungan dan dalam meningkatkan citra Polri kearah yang lebih baik.

5. Kerjasama dengan Tokoh (Masyarakat, Agama, Pemuda, dll)

Adalah kegiatan yang dilakukan berdasarkan ikatan atau perjanjian serta kesepakatan antara Polri dengan tokoh masyarakat dalam setiap bentuk kegiatan yang saling memberikan keuntungan dan dalam meningkatkan citra Polri kearah yang lebih baik.

6. Kerjasama dengan Swasta / Lembaga Kemasyarakatan

Kerjasama dengan Swasta / Lembaga Kemasyarakatan adalah kegiatan yang dilakukan berdasarkan ikatan atau perjanjian serta kesepakatan antara Polri dengan swasta / lembaga kemasyarakatan dalam setiap bentuk kegiatan yang saling memberikan keuntungan dan dalam meningkatkan citra Polri kearah yang lebih baik.

4) Bidang Pelayanan Informasi

Pelayanan informasi adalah serangkaian kegiatan pelayanan kepada pemohon informasi berupa penerimaan permohonan, pencatatan dan pemberian informasi. Jenis informasi yang dilayani oleh Humas Polri antara lain :

1. Informasi wajib disediakan secara berkala, meliputi informasi yang berkaitan dengan Badan Publik, informasi mengenai kegiatan dan kinerja Badan Publik terkait atau yang bersangkutan, informasi mengenai laporan keuangan, dan informasi lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.
2. Informasi wajib diumumkan secara tertulis serta merta, yakni suatu informasi yang dapat ancaman hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum.
3. Informasi yang wajib tersedia setiap saat, meliputi daftar seluruh informasi yang dikecualikan, hasil keputusan Badan Publik dan pertimbangannya, seluruh kebijakan yang ada dokumen berikutnya, rencana kerja proyek termasuk di dalamnya perkiraan pengeluaran tahunan Badan Publik, perjanjian Badan Publik dengan pihak ketiga, informasi dan kebijakan yang disampaikan Pejabat Publik dalam pertemuan yang terbuka untuk umum, prosedur kerja pegawai Badan Publik yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat, dan laporan mengenai akses informasi public sebagaimana di atur dalam Undang-Undang.
4. Informasi yang dikecualikan meliputi informasi yang menghambat proses penyelidikan dan penyidikan suatu tindak pidana memngungkap identitas informan, pelapor, saksi dan atau korban yang mengetahui adanya tindak pidana, mengungkapkan data intelejen criminal dan rencana-rencana yang berhubungan dengan pencegahan dan penanganan segala bentuk kejahatan tradisional, membahayakan keselamatan san kehidupan penegak hukum dan atau keluarganya, membahayakan keamanan, perlatan, sarana, dan atau prasarana penegak hukum.

5) Bidang Produksi dan Dokumentasi

1. Pembuatan Kliping Koran

Kliping Koran adalah kegiatan yang dilakukan oleh personil Polri Humas dengan memilih dan memilah berita-berita tentang Polri atau berhubungan dengan Polri yang terdapat di media cetak dengan cara menggunting, mengkompulir dan menggandakan menjadi sebuah buku untuk didistribusikan kepada pimpinan Polri dan para Kasatker.

2. Dokumentasi Kegiatan / Peristiwa

Dokumen kegiatan merupakan kegiatan Humas Polri dalam melakukan peliputan, editing, produksi, penyimpanan dan pengarsipan semua peristiwa dan kegiatan internal maupun eksternal yang berkaitan dengan tugas pokok Polri yang dilakukan oleh petugas yang ditunjuk, yang tercatat dengan sistem katalo.

6) Bidang Pencitraan Kesatuan

1. Program khusus media

Adalah program yang dibuat secara khusus untuk tujuan tertentu pada media tertentu terkait penyampaian informasi kinerja Polri.

2. Media *Outdoor*

Adalah media yang berada diluar ruangan berupa *billboard*, spanduk, banner, umbul-umbul dan papan iklan yang berisi informasi kinerja Polri.

3. Roadshow

Adalah suatu kegiatan publikasi yang dilakukan oleh Polri melalui kunjungan kerja ke media, kamous / sekolah dan komunitas tertentu lainnya dalam rangka penyampaian informasi kinerja Polri.

4. Jumpa Publik

Adalah kegiatan publikasi yang diselenggarakan oleh Polri melalui pertemuan dengan masyarakat luas yang dirancang secara khusus untuk menyampaikan informasi.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. LAPORAN KEGIATAN PKL

Berikut adalah laporan kegiatan mingguan selama Praktik Kerja Lapangan di Polda D. I. Yogyakarta bagian Humas :

Tabel 1.1

Laporan Kegiatan Mingguan Selama Praktik Kerja Lapangan

Hari / Tanggal	Uraian Kegiatan
Jum'at, 1 Februari 2019	<ol style="list-style-type: none">a. Membuat kliping koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakartab. Disposisi kliping ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasdac. Disposisi surat ke sub bag Kapolda, Wakapolda, Irwasda, Bid Propam, Bid Hukum, Bid TI, Ro Ops, Ro Rena, Ro ADM, Spripim, Setum, Yanma, Dit Intel, Dit Krimum, Dit krimsus, Dit Narkoba, Sat Brimob, Dit Binmas, Dit Sabhara, Dit Lantas, Dit Pamobvit, Dit Pol Air, Dit Tahti, SPKT, SPN Selopamioro, Bid Keu, Bid Dokkes.d. Membuat laporan <i>Talk Show</i> tanggal 28 Januari 2019e. Mengikuti Pakta Integritas Polisi Sarjana di Gedung Serbaguna Polda D. I. Yogyakarta

<p>Senin s/d Jum'at 4 s/d 8 Februari 2019</p>	<ol style="list-style-type: none"> a. Membuat kliping koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakarta b. Disposisi kliping ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda c. Notulen rapat 'Rapat Koordinasi Pengamanan Pemilu 2019' di Gedung Serbaguna Polda D. I. Yogyakarta d. Membuat laporan talkshow tanggal 28 Januari 2019 e. Konferensi pers Kasus UGM di Lobby Dirreskrimum Polda D. I. Yogyakarta f. Membuat laporan Konferensi pers kasus UGM g. Membuat laporan apel pagi tanggal 6 Februari 2019 yang dilaksanakan di lapangan Polda D. I. Yogyakarta h. Membuat buku agenda surat masuk dan keluar (surat telegram, surat biasa, surat rahasia) i. Membuat sprint konferensi pers
<p>Senin s/d Jum'at 11 s/d 15 Februari 2019</p>	<ol style="list-style-type: none"> a. Membuat kliping koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakarta b. Disposisi kliping ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda c. Membuat <i>press release</i> kasus UGM d. Membuat surat penerangan satuan (pensat) yang akan didisposisikan ke masing – masing sub bag Polda D. I. Yogyakarta dan ke Polsek se-Daerah Istimewa Yogyakarta

	<ul style="list-style-type: none"> e. Mengepack surat penerangan satuan untuk didisposisi ke sub bag Kapolda, Wakapolda, Irwasda, Bid Propam, Bid Hukum, Bid TI, Ro Ops, Ro Rena, Ro ADM, Spripim, Setum, Yanma, Dit Intel, Dit Krimum, Dit krimsus, Dit Narkoba, Sat Brimob, Dit Binmas, Dit Sabhara, Dit Lantas, Dit Pamobvit, Dit Pol Air, Dit Tahti, SPKT, SPN Selopamioro, Bid Keu, Bid Dokkes, Polsek Bantul, Polsek Sleman, Polsek Gunungkidul, Polsek Kulonprogo dan Polresta Yogyakarta. Membuat <i>press release</i> kasus klithih f. Membuat renggiat bulanan g. Memilih foto Kapolda, untuk dicetak sebagai laporan kegiatan Kapolda
<p>Senin s/d Jum'at 18 s/d 22 Februari 2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Membuat kliping koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakarta b. Disposisi kliping ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda c. <i>Mentranslate</i> surat bahasa Indonesia ke bahasa Inggris d. Mengecek laporan konferensi pers yang sudah diprint dan akan dijid e. Memilih foto Kapolda, untuk dicetak sebagai laporan kegiatan Kapolda f. Membuat surat penerangan satuan (pensat) yang akan didisposisikan ke sub bag Kapolda, Wakapolda, Irwasda, Bid Propam, Bid Hukum, Bid TI, Ro Ops, Ro Rena, Ro ADM, Spripim, Setum,

	<p>Yanma, Dit Intel, Dit Krimum, Dit krimsus, Dit Narkoba, Sat Brimob, Dit Binmas, Dit Sabhara, Dit Lantas, Dit Pamobvit, Dit Pol Air, Dit Tahti, SPKT, SPN Selopamioro, Bid Keu, Bid Dokkes, Polsek Bantul, Polsek Sleman, Polsek Gunungkidul, Polsek Kulonprogo dan Polresta Yogyakarta.</p> <p>g. Membuat laporan bulanan (labul) kegiatan selama bulan Januari 2019</p> <p>h. Mendistribusikan majalah Tribrata News edisi Desember 2018 ke Kapolda, Wakapolda, Irwasda, Bid Propam, Bid Hukum, Bid TI, Ro Ops, Ro Rena, Ro ADM, Spripim, Setum, Yanma, Dit Intel, Dit Krimum, Dit krimsus, Dit Narkoba, Sat Brimob, Dit Binmas, Dit Sabhara, Dit Lantas, Dit Pamobvit, Dit Pol Air, Dit Tahti, SPKT, SPN Selopamioro, Bid Keu, Bid Dokkes, Polsek Bantul, Polsek Sleman, Polsek Gunungkidul, Polsek Kulonprogo dan Polresta Yogyakarta. Membuat data untuk honor penulis artikel di majalah Tribrata News edisi Desember 2018</p>
<p>Senin s/d Jum'at 25 Februari s/d 1 Maret 2019</p>	<p>a. Membuat kliping koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakarta</p> <p>b. Disposisi kliping ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda</p>

	<ul style="list-style-type: none"> c. Membuat data honor penulis artikel di majalah Tribrata News edisi Januari 2019 d. Membuat <i>press release</i> konferensi pers e. Membuat laporan konferensi pers kasus UGM f. Membuat <i>sprint</i> konferensi pers g. Mendistribusikan majalah Tribrata News edisi Januari 2019 ke Kapolda, Wakapolda, Irwasda, Bid Propam, Bid Hukum, Bid TI, Ro Ops, Ro Rena, Ro ADM, Spripim, Setum, Yanma, Dit Intel, Dit Krimum, Dit krimsus, Dit Narkoba, Sat Brimob, Dit Binmas, Dit Sabhara, Dit Lantas, Dit Pamobvit, Dit Pol Air, Dit Tahti, SPKT, SPN Selopamioro, Bid Keu, Bid Dokkes, Polsek Bantul, Polsek Sleman, Polsek Gunungkidul, Polsek Kulonprogo dan Polresta Yogyakarta. Membuat laporan bulanan (labul) kegiatan selama bulan Februari 2019 h. Membuat nota dinas untuk kegiatan konferensi pers
<p>Senin s/d Jum'at 4 s/d 8 Maret 2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Membuat kliping koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakarta b. Disposisi kliping ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda c. Konferensi Pers kasus TPPU Investasi <i>Online</i> di Lobby Dirreskrim Polda D. I. Yogyakarta

	<ul style="list-style-type: none"> d. Membuat berita tentang kegiatan konferensi pers TPPU Investasi <i>online</i> untuk diunggah di Medsos (<i>Instagram</i>) e. Merekap foto dan video dokumentasi bulan Februari 2019 untuk laporan pada saat Wasrik
<p>Senin s/d Jum'at 11 s/d 15 Maret 2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Membuat kliping koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakarta b. Disposisi kliping ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda c. Mendisposisi surat ke Irwasda d. Membuat renka bulan Maret 2019 e. Membuat <i>sprint</i> konferensi pers Millennial Road Safety Festival f. Membuat <i>press release</i> Millennial Road Safety Festival g. Konferensi pers Millennial Road Safety Festival di Gedung Serbaguna Polda D. I. Yogyakarta h. Membauat laporan <i>konferensi pers</i> Millennial Road Safety Festival yang telah di Gedung Serbaguna i. Membuat <i>press release</i> penerimaan Bintara dan Tamtama T.A 2018
<p>Senin s/d Jum'at 18 s/d 22 Maret 2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Membuat kliping koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakarta b. Disposisi kliping ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda c. Konferensi pers Tindak Pidana Prostitusi <i>online</i> di Lobby Polda D. I. Yogyakarta

	<ul style="list-style-type: none"> d. Merekap rekaman <i>talkshow</i> di Kedaulatan Rakyat Radio untuk ditranskripsikan ke laporam <i>talkshow</i> e. Melanjutkan membuat laporan bulanan kegiatan selama bulan Februari 2019 f. Membuat berita kegiatan <i>talkshow</i> yang telah dilaksanakan di Sonora FM Radio g. Membuat <i>press release</i> kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) di Titik Nol Kilometer Yogyakarta h. Membuat laporan kegiatan konferensi pers Millennial Road Safety Festival (MRSF) di Titik Nol Kilometer Yogyakarta i. Membuat <i>press release</i> kasus prostitusi <i>online</i> j. Konferensi pers kasus penipuan online di Lobby Polda D. I. Yogyakarta k. Konferensi pers apel gabungan TNI Polri tentang pengamanan pemilu 2019 di Stadion Maguwoharjo, Sleman l. Merekap rekaman <i>talkshow</i> di Radio Trijaya FM untuk ditranskripsikan ke laporan
<p style="text-align: center;">Senin s/d Jum'at 25 s/d 29 Maret 2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Membuat kliping koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakarta b. Disposisi kliping ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda c. Membuat laporan kegiatan konferensi pers kasus prostitusi <i>online</i>

	<ul style="list-style-type: none"> d. Membuat laporan kegiatan konferensi pers kasus penipuan <i>online</i> e. Membuat laporan kegiatan konferensi pers apel gabungan TNI Polri dalam mengamankan Pemilu 2019 f. Membuat <i>press release</i> apel gabungan TNI Polri dalam mengamankan Pemilu 2019 g. Membuat laporan <i>talkshow</i> di Trijaya FM Radio h. Membuat laporan <i>talkshow</i> di Sonora FM Radio i. Menjadi notulen dalam acara Pelatihan Peningkatan Public Relations di Gedung Serbaguna Polda D.I. Yogyakarta j. Membuat laporan kegiatan konferensi pers Sispamkota pengamanan pemilu 2019 di Prambanan
<p style="text-align: center;">Senin 1 April 2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Membuat klipng koran terkait berita yang menyangkut kegiatan Polri di lingkungan D. I. Yogyakarta b. Disposisi klipng ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda c. Membuat rekapan berita di <i>media social</i> (Instagram dan Facebook) dan disalin linknya untuk dijadikan laporan.

(Sumber : catatan pribadi penulis)

Berdasarkan table kegiatan mingguan selama melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Polda D. I. Yogyakarta dapat dibedakan menjadi kegiatan administrasi dan kegiatan teknis.

1. Kegiatan Administrasi

- a. Melakukan pendataan kliping dengan membuat nota dinas kliping dan menulisnya di dalam buku Ekspedisi Keluar Kliping Harian
- b. Agenda surat masuk dan keluar
- c. Mendistribusikan penerangan satuan ke sub bagian Kapolda, Wakapolda, Irwasda, Bid Propam, Bid Hukum, Bid TI, Ro Ops, Ro Rena, Ro ADM, Spripim, Setum, Yanma, Dit Intel, Dit Krimum, Dit krimsus, Dit Narkoba, Sat Brimob, Dit Binmas, Dit Sabhara, Dit Lantas, Dit Pamobvit, Dit Pol Air, Dit Tahti, SPKT, SPN Selopamioro, Bid Keu, Bid Dokkes, Polsek Bantul, Polsek Sleman, Polsek Gunungkidul, Polsek Kulonprogo dan Polresta Yogyakarta.
- d. Membuat laporan konferensi pers
- e. Membuat laporan *talkshow*.

2. Kegiatan Teknis

- a. Membantu dalam pembuatan kliping surat kabar harian, dan mendistribusikan ke Kapolda, Wakapolda dan Irwasda
- b. *Press release*

Membuat *press release* Tindak Pidana Penipuan Investasi Properti, Millennial Road Safety Festival, Penerimaan Bintara, Prostitusi *online*, dan Tindak Pidana Pencucian Uang.

- c. Membuat Penerangan Satuan

Membuat penerangan satuan dengan judul

- a) Berita Positif dan Negatif Polri pada Surat Kabar Harian nasional minggu ketiga bulan januari 2019
- b) Berita positif dan negatif polri pada surat kabar harian nasional minggu keempat bulan januari 2019 antisipasi penyalahgunaan narkoba anggota polri
- c) Antisipasi lakalantas yang melibatkan anggota polri
- d) Antisipasi terciptanya situasi dan kondisi pada pelaksanaan kampanye pemilu 2019

- e) Arahan wacapolda DIY pada apel pagi gabungan hari rabu 13 Februari 2019 di Mapolda DIY
 - f) Nota kesepahaman antara badan penyelenggara jaminan sosial kesehatan (BPJS) dengan kepolisian Negara republik Indonesia (Polri) tentang program jaminan kesehatan nasional kartu Indonesia sehat
 - g) Nota kesepahaman antara komisi penyiaran Indonesia engan kepolisian Negara republik Indonesia tentang penyelenggaraan penegakan hukum bantuan teknis dan peningkatan sumber daya manusia di bidang penyiaran
 - h) Pedoman perilaku penyiaran
 - i) Pedoman kegiatan saat wawancara dan konferensi pers
 - j) Penyalahgunaan TNKB dan penggunaan lampu isyarat disertai sirine kendaraan yang tidak sesuai peruntukannya.
- d. Konferensi pers dengan tema :
- a) Ungkap Kasus Pemerkosaan UGM
 - b) Tindak Pidana Pencurian dan Pencucian Uang
 - c) Ungkap Kasus TPPU Investasi Properti
 - d) Millennial Road Safety Festival 2019
 - e) Ungkap Kasus Prostitusi *online*
 - f) Ungkap Kasus Tindak Pidana Penipuan *online*
 - g) Apel Pagi Gabungan TNI Polri dalam rangka mengamankan Pemilu 2019

Penulis melakukan tugas Praktek Kerja Lapangan (PKL) selama dua bulan dimulai pada tanggal 1 Februari – 1 April 2019, dengan berfokus pada konferensi pers. Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) seperti ketentuan karyawan Polda D. I. Yogyakarta dengan lima hari kerja setiap Senin s/d Jum'at, mulai pukul 07.00 s/d 15.30 WIB. Karena Polda merupakan instansi Pemerintah, maka setiap libur nasional karyawan Polda D. I. Yogyakarta juga libur kecuali tim piket dan tim dokumentasi Kapolda.

B. GAMBARAN UMUM KEGIATAN *MEDIA RELATIONS*

Media relations yang dilakukan oleh divisi humas kerjasama dengan beberapa redaksi yang ada di Yogyakarta seperti Elshinta, RRI, Sorot.co,

Bernas, Koran Merapi, Suara Merdeka, Kedaulatan Rakyat, Tribun Jogja, Harian Jogja, Radar Jogja, RBTv, Jogja TV, Antara, Jawapos TV, Akurat.co, TVRI, KR Radio, Tribrata News, TV One, Republika, Kompas.com, RBFM, Tirto.id, Detik.com dan masih banyak lagi. Dalam hal ini media yang digunakan oleh divisi humas dalam menyebarkan informasi adalah media cetak (koran, majalah) media elektronik (televisi dan radio), dan media *online* (website, instagram, facebook). Tugas humas Polda dalam *media relations* meliputi membuat berita kegiatan, *upload* berita kegiatan di media sosial dan website Polda D.I. Yogyakarta, membuat klipring dari media cetak (koran) setiap pagi yang menyangkut kegiatan Polri.

Penulis telah memperoleh data dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di Humas Polda D. I. Yogyakarta. Data yang diperoleh mengenai aktivitas *media relations* Humas Polda D. I. Yogyakarta, yang kemudian penulis menyimpulkan ada 6 kegiatan *media relations* yang diterapkan, antara lain :

1. Konferensi Pers

Konferensi pers sering kali dilaksanakan di Polda D. I. Yogyakarta, biasanya dilakukan setelah adanya kejadian, kasus ataupun isu negatif yang telah terjadi dan sudah diketahui oleh masyarakat. Dalam hal ini Humas Polda D. I. Yogyakarta bekerjasama dengan media (cetak dan elektronik) untuk melakukan klarifikasi terkait kasus yang telah terjadi dengan tujuan agar nantinya dapat menguatkan hasil dari konferensi pers tersebut. Dengan demikian informasi yang diberikan akan menjadi jelas dan diharapkan pers dapat mempublikasikannya kepada masyarakat agar masyarakat dapat menerima dengan baik informasi tersebut.

Beberapa kegiatan konferensi pers yang telah dilakukan di Polda D. I. Yogyakarta selama penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan, antara lain:

- 1) Konferensi pers ungkap kasus pemerkosaan mahasiswa UGM pada tanggal 6 Februari 2019 di Lobby Ditreskrimum Polda D. I. Yogyakarta.
 - 2) Konferensi pers tindak pidana pencurian dan pencucian uang pada tanggal 26 Februari 2019 di Loby Ditreskrimum Polda D. I. Yogyakarta.
 - 3) Konferensi pers ungkap kasus TPPU Investasi Properti pada tanggal 4 Maret 2019 di Loby Gedung Ditreskrimum Polda D. I. Yogyakarta.
 - 4) Konferensi pers acara Millenial Road Safety Festival (MRSF) tahun 2019 pada tanggal 6 Maret 2019 di Gedung Serbaguna Polda D. I. Yogyakarta. (*Doorstop*)
 - 5) Konferensi pers acara Millenial Road Safety Festival (MRSF) tahun 2019 pada tanggal 10 Maret 2019 di Titik Nol Kilometer Yogyakarta. (*Doorstop*)
 - 6) Konferensi pers ungkap kasus prostitusi *online* pada tanggal 18 Maret 2019 di Lobby Polda D. I. Yogyakarta.
 - 7) Konferensi pers ungkap kasus tindak pidana penipuan *online* pada tanggal 21 Maret 2019 di Loby Polda D. I. Yogyakarta.
 - 8) Konferensi pers apel pagi gabungan TNI Polri dalam rangka mengamankan pemilu 2019 pada tanggal 22 Maret 2019 di Stadion Maguwoharjo, Sleman. (*Doorstop*)
2. *Press Release*

Bentuk kegiatan yang dilakukan Humas Polda D. I. Yogyakarta adalah membuat *press release* sebelum melakukan konferensi pers. Data dari bahan konferensi pers akan diolah dalam bentuk *press release*. *Press release* yang dibuat oleh Humas Polda D. I. Yogyakarta dibagikan kepada wartawan sebelum melakukan konferensi pers, dan digunakan sebagai bahan untuk membuat berita yang nantinya dimuat di koran satu hari setelah melakukan liputan konferensi pers.

Langkah yang dilakukan dalam membuat *press release* adalah :

- a. Menentukan kasus maupun kegiatan sebagai bahan konferensi pers

- b. Mengumpulkan data terkait kasus maupun kegiatan tersebut
- c. Mengetik data tersebut menjadi bahan pembuatan *press release*
- d. Membuat *press release* dengan dipandu data sebagai bahan-bahan *press release*

3. Liputan Kegiatan

Humas Polda D. I. Yogyakarta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk melakukan liputan kegiatan. Liputan yang dilakukan antara lain meliputi Lipim (liputan pimpinan kegiatan Kapolda, Wakapolda, Irwasda), liputan kegiatan konferensi pers dan *event* dari sub bagian lain yang memerlukan dokumentasi kegiatan yang ada di lingkungan Polda maupun kegiatan di luar, baik pada jam kerja maupun diluar jam kerja. Dalam liputan pimpinan, konferensi pers, memerlukan 2 personil untuk mendokumentasikan, yang 1 personil sebagai dokumentasi foto dan 1 orang sebagai dokumentasi video. Dalam kegiatan sub bagian lain biasanya hanya memerlukan 1 personel yang merangkap 2 tugas yaitu sebagai dokumentasi foto dan video, namun ada juga bagian yang memerlukan 2 personel untuk mendokumentasikan kegiatan tersebut.

Liputan kegiatan ini dilakukan agar setiap kegiatan dapat didokumentasikan dengan baik sehingga nantinya dapat digunakan untuk membuat laporan kerja Humas maupun laporan kegiatan dari bagian yang melakukan sebuah *event* tersebut. Hasil liputan nantinya akan di pindah ke komputer dan *hardisk*, sehingga pada saat pihak yang bersangkutan membutuhkan dapat dicari dan ditemukan dengan mudah.

4. Wawancara Pers

Pada wawancara pers ini, yang sering dilakukan oleh Humas Polda D. I. Yogyakarta adalah melakukan *doorstop interview*. Biasanya wartawan menghadang Kapolda setelah selesai kegiatan untuk diwawancara lebih dalam secara individu terkait berita yang dibutuhkan. Dalam hal ini Polda melakukan *doorstop* pada saat sebelum maupun sesudah kegiatan Millenial Road Safety Festival, dan pada saat apel gabungan TNI Polri dalam rangka mengamankan pemilu 2019.

5. Gathering

Gathering Humas Polda D. I. Yogyakarta merupakan program kegiatan dengan kumpul bersama wartawan dari berbagai media. Kegiatan gathering ini dirangkai dan dikemas dalam bentuk kegiatan seperti memancing bersama yang sekaligus sebagai kegiatan bersantai. Biasanya Polda mengadakan kegiatan gathering setiap tiga bulan sekali. Untuk kegiatan gathering biasanya dilakukan dilokasi yang mudah dijangkau dan dekat namun bisa memberikan efek bersantai.

6. *Special Events*

Kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas Polda D. I. Yogyakarta tentunya membutuhkan liputan media. Dalam hal ini Humas tidak melakukan konferensi pers namun memberikan kesempatan kepada pers untuk memonitoring *event* tersebut. Dan ada beberapa wartawan yang memanfaatkan kesempatan untuk melakukan wawancara terkait kegiatan tersebut. Contoh : Humas Polda D. I. Yogyakarta mengajak wartawan untuk datang di acara Pakta Integritas Bintara T.A 2018/2019 di Stadion Maguwoharjo Sleman.

C. PERAN PR DALAM MENYELENGGARAKAN KONFERENSI PERS

Humas Polda D. I. Yogyakarta dalam menangani kasus harus bersifat adil dan dapat mengambil keputusan secara tepat, agar nantinya masyarakat dapat mengetahui dan memahami apa yang dimaksudkan dan diharapkan dari kepolisian.

Peran Humas Polda dalam pemberitaan di media khususnya dalam konferensi pers antara lain merancang konsep konferensi pers akan dibuat seperti apa (seperti tata letak meja dan kursi narasumber, meja untuk barang bukti, kursi saksi), mempersiapkan tempat, undangan, bahan dan materi, membuat *press release*, menambah informasi yang disampaikan oleh narasumber, meliput konferensi pers dengan berbentuk dokumentasi foto dan video, membuat dan menyunting berita, mengupload berita di media sosial (instagram, facebook, website).

Pihak kepolisian telah berhasil menangani berbagai macam kasus, baik yang bersifat ringan maupun berat, seperti kasus Pemerkosaan UGM, Tindak Podana Pencurian dan Pencucian Uang, TPPU Investasi Properti, Kasus Prostitusi *online*, Tindak Pidana Penipuan *online*, Apel Gabungan TNI Polri dalam Mengamankan Pemilu 2019 dan Kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019. Dalam menangani kasus, kepolisian harus mengetahui terlebih dahulu kronologi permasalahan mulai dari awal hingga sampai kasus tersebut bisa ditangani oleh kepolisian. Tentunya dalam hal ini jika ada kasus pasti ada pihak yang melaporkan ke polisi supaya dengan cepat dapat ditangani dengan baik. Setelah kasus ditangani oleh kepolisian maka selanjutnya akan dilakukan penyelidikan, dan setelah penyelidikan baru akan dilaksanakan konferensi pers guna untuk mencari kebenaran dan jalan keluar adanya kasus tersebut. Tidak hanya kasus saja, namun ada juga sebuah *event* yang membutuhkan konferensi pers, agar media dan masyarakat dapat mengikuti dan berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan oleh pihak kepolisian, yang merupakan inisiatif Humas Polda untuk melakukan konferensi pers.

Konferensi pers merupakan suatu kegiatan mengundang wartawan untuk membicarakan suatu permasalahan yang materinya telah disiapkan oleh Humas Polda D. I. Yogyakarta dan bertujuan agar media dapat memuat berita tersebut ke media massa, dalam hal ini media cetak koran (Tribun Jogja, Kedaulatan Rakyat, Radar Jogja, Harian Jogja, Merapi).

Konferensi pers yang dilaksanakan oleh Polda merupakan inisiatif dari humas, Karena Humas harus dapat menangani dan menyelesaikan kasus dengan cepat dan tepat. Bagi Humas, konferensi pers mempunyai beberapa manfaat antara lain untuk menyebarkan informasi positif kepada publik, menetralkan atau membantah berita yang tidak benar, meningkatkan citra yang dapat menunjang kegiatan lembaga, serta dapat membina hubungan secara langsung dengan pers. Dalam konferensi pers akan timbul komunikasi timbal balik antara narasumber dan wartawan. Pertanyaan-pertanyaan wartawan bila tidak dimonitor dengan baik seringkali keluar dari konteks penyelenggaraan konferensi pers tersebut.

Keunggulan konferensi pers yaitu paling efektif untuk mengklarifikasi masalah maupun kegiatan, satu kali menyampaikan informasi sudah cukup mencakup banyak media (merata) dan informasi yang akan ditampilkan di media akan sama, serta dapat menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat.

Dalam pelaksanaan konferensi di Polda D. I. Yogyakarta ada beberapa konferensi pers yang setelah narasumber mengakhirinya, wartawan merasa cukup dan puas dengan apa yang disampaikan narasumber, namun ada juga wartawan yang kurang informasi sehingga masih membutuhkan informasi dengan cara mengejar narasumber untuk dimintai penjelasan lebih lanjut tentang topik yang dibicarakan. Seperti contoh, pada Ungkap Kasus Tindak Pidana Penipuan *online*, narasumber tidak memaparkan pasal yang dikenakan untuk pelaku, sehingga pada saat usai konferensi pers ada wartawan yang mengejar narasumber untuk menanyakan tertera dalam berapa pelaku tersebut.

Hal – hal yang harus diperhatikan dalam konferensi pers adalah :

- a. Harus ada alasan mengapa konferensi pers dilakukan. Apakah berita yang akan benar – benar perlu diliput pers atau tidak.
- b. Memilih tanggal yang tepat dan mempersiapkan dengan matang dari jauh hari sebelumnya, sehingga wartawan yang diundang dapat menyesuaikan jadwal mereka.
- c. Menyesuaikan waktu dan tanggal pertemuan dengan jadwal kerja pers. Lama dan jalannya konferensi pers diatur secara ringkas, padat, jelas dan terarah agar waktu tidak terbuang bagi kalangan pers.
- d. Memilih tempat yang sesuai dengan topik yang akan dibahas, harus mudah dijangkau oleh wartawan, serta memiliki ruangan yang cukup luas untuk menampung jumlah wartawan.
- e. Mengidentifikasi siapa pihak yang akan diundang, mengecek ulang hadir atau tidaknya undangan, mempersiapkan segala sesuatu seperti membuat daftar hadir untuk wartawan yang akan hadir. Mengidentifikasi setiap tamu undangan dan narasumber dengan papan nama kecil dimeja.

- f. Harus mempersiapkan segala sesuatu dengan sematang mungkin.

Persiapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan konferensi pers antara lain:

- a. Mengirimkan undangan kepada redaksi minimal tiga hari sebelum konferensi pers dilaksanakan.
- b. Mengecek kembali undangan yang sudah dikirim, apakah sudah diterima oleh pihak redaksi atau belum
- c. Membuat *press release* tentang topik yang ingin disampaikan kepada pers
- d. Mengirim *press release* kepada media yang tidak dapat hadir saat pelaksanaan konferensi pers.
- e. Menunjuk dan mempersiapkan juru bicara dengan baik. Diusulkan yang mengetahui betul permasalahan yang akan dibahas
- f. Dapat menyediakan konsumsi yang sesuai dengan suasana dan waktu.

Konsep perencanaan (sebelum acara konferensi pers), dengan kunci :

- a. Memiliki alasan yang jelas mengapa konferensi pers perlu dilakukan
- b. Kepastian akan anggaran yang tersedia
- c. Tempat yang nyaman dan mudah diakses
- d. Memilih tanggal yang tepat
- e. Daftar undangan
- f. Mempersiapkan snack

Konsep pelaksanaan, dengan kunci :

- a. Membuat agenda umum : narasumber

Konsep setelah pelaksanaan (setelah acara konferensi pers), dengan kunci :

- a. Membuat klipring terhadap liputan media cetak yang memuat konferensi pers tersebut serta rekaman liputan dari media elektronik
- b. Menyampaikan liputan media ke pimpinan
- c. Menyiapkan laporan umum yang meliputi evaluasi berbagai aspek penyelenggaraan konferensi pers untuk acuan di konferensi selanjutnya.

Dibawah ini, ada beberapa kasus dan kegiatan yang sudah di tangani oleh pihak kepolisian dan telah dilakukan konferensi pers, antara lain sebagai berikut :

Table 2.1

Konferensi Pers Polda D. I. Yogyakarta periode 1 Februari s/d 1 April

2019

NO	WAKTU	TEMPAT	TEMA	PEMBICARA	ISI
1	06 Feb 2019	Loby Direskrimum Polda DIY	Ungkap Kasus Kasus Pemeriksaan UGM	1. Kabidhumas Polda DIY, AKBP Yuliyanto, M.Sc 2. Dirreskrimum Polda D.I. Yogyakarta Kombes Pol Dr. Hadi Utomo, S.H., M.Hum.	1. Perkembangan pemeriksaan yang melibatkan mahasiswa UGM bahwasannya ada informasi antara kedua belah pihak (AS dan AL) telah melakukan perdamaian, namun hal ini tidak menghentikan proses penyelidikan yang dilakukan oleh penyidik. 2. Pembuktian kasus ini harus segera dilakukan untuk membuka terang kasus ini apakah benar terjadi pemeriksaan atau tidak. 3. Rangkaian penyelidikan masih berjalan sehingga belum dilakukan SP 3 4. Kalau mereka berdamai ya monggo, kami mengucapkan terimakasih. Tetapi kami akan membuktikan pemeriksaan itu terjadi atau tidak, karena itu sudah menjadi tugas

					<p>kami sebagai penyidik.</p> <p>5. Berdasarkan seluruh alat bukti yang didapat dirinya malah menemukan indikasi bahwa kasus ini tidak terjadi pencabulan atau pemerkosaan, namun hal itu juga belum menjadi kesimpulan bagi penyidik.</p> <p>6. Masih ada gelar perkara satu kali lagi yang menjadi tahapan penyidik.</p> <p>7. Untuk menangani kasus ini, pihak Direktorat Reserse Kriminal Umum Polda DIY juga telah meminta bantuan pendapat dari para ahli untuk memudahkan pengungkapan peristiwa tersebut benar pidana atau bukan.</p> <p>8. Yang pasti kasus ini akan terbuktikan, mari kita berikan informasi yang valid agar masyarakat mendapat informasi yang jelas kebenarannya.</p>
2	26 Feb 2019	Loby Direskrimum Polda DIY	Tindak Pidana Pencurian dan Pencucian Uang	<p>1. Kabidhumas Polda DIY, AKBP Yuliyanto, M.Sc</p> <p>2. Dirreskrimum Polda D.I. Yogyakarta Kombes Pol Dr. Hadi</p>	<p>1. Dirreskrimum Polda D.I. Yogyakarta menerima beberapa laporan polisi, kemudian melakukan penyelidikan, dan Ir. Ari Wibowo (AW) di tangkap</p>

				Utomo, S.H., M.Hum.	<p>di Condongcatur, Yogyakarta sekitar 2 minggu yang lalu karena di duga melakukan tindak pidana penipuan dan penggelapan atau pencucian uang.</p> <p>2. Modus pelaku adalah dengan cara menawarkan apartemen, properti, dan lain-lainnya. Kemudian pelaku menyuruh korban untuk memberikan uang DP terlebih dahulu, namun sampai pada jangka waktu yang lama apa yang dijanjikan pelaku tidak ada bentuk nyatanya.</p> <p>3. Penggelapan dana yang dilakukan oleh pelaku sementara ini terhitung kurang lebih Rp 2,4 milyar dan belum termasuk laporan-laporan yang berada di subdit lainnya.</p> <p>4. Terkait laporan di Dirreskrimsus, pelaku di laporkan dalam perkara Tindak Pidana Pelanggaran Undang-Undang Perumahan.</p> <p>5. Dirreskrimum Polda D.I. Yogyakarta menghimbau agar masyarakat berhati-hati untuk membeli atau berinvestasi pada penawaran-penawaran</p>
--	--	--	--	------------------------	--

					<p>seperti apartemen, perumahan, dan lainnya-lainnya dengan harga yang tidak wajar.</p> <p>6. Penawaran yang dilakukan tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi melalui media sosial juga.</p> <p>7. Dirreskrim Polda D.I. Yogyakarta saat ini sedang meneliti dan menelusuri beberapa <i>website</i> yang dipakai untuk menawarkan investasi tersebut, serta melakukan penelusuran terhadap inisiator yang mengadakan seminar di berbagai kota, apakah sindikat lain atau ide tersangka sendiri.</p>
3	04 Mar 2019	Loby Gedung Ditreskrim Polda Diy	Ungkap Kasus TPPU Investasi Properti	<p>8. Kabidhumas Polda DIY, AKBP Yuliyanto, M.Sc</p> <p>9. Dirreskrim Polda D.I. Yogyakarta Kombes Pol Dr. Hadi Utomo, S.H., M.Hum.</p>	<p>1. Polda D.I. Yogyakarta Dirreskrim berhasil melakukan pengungkapan kasus yaitu penipuan, penggelapan, dan tindak pidana pencucian uang yang berkaitan dengan investasi properti.</p> <p>2. Tersangka adalah Ir. Ari Wibowo (AW).</p> <p>3. Laporan mengenai tindak kriminal ini terdiri dari beberapa laporan,</p>

					<p>yaitu 4 laporan di Polres Sleman, 5 laporan di Polda D.I Yogyakarta, dan beberapa laporan di Dirreskrimsus.</p> <p>4. Kerugian yang dialami oleh para korban kurang lebih total Rp 2,4 milyar.</p>
4	06 Mar 2019	Gedung Serbaguna Polda DIY	Millennial Road Safety Festival Th. 2019	1. Kapolda DIY, Irjen Pol. Drs. Ahmad Dofiri., M.Si	<p>1. Polda D.I. Yogyakarta telah mengatur segala persiapan Millennial Road Safety Festival th. 2019, mengingat kegiatan ini akan melibatkan sekitar 50.000 orang dan komunitas, tentunya yang paling penting adalah permasalahan parkir.</p> <p>2. Pada saat Millennial Road Safety Festival th. 2019 juga akan dilakukan penutupan jalan, mulai dari Malioboro sampai Titik Nol Kilometer hingga pukul 11.00 WIB.</p> <p>3. Millennial Road Safety Festival th. 2019 ditujukan pada kalangan milenial seperti anak sekolah, pelajar, mahasiswa, dan komunitas lain. Melalui deklarasi keselamatan dari rangkaian acara ini, Polda D.I. Yogyakarta berharap dapat</p>

					<p>meningkatkan kesadaran dalam berlalu lintas, mengurangi kecelakaan, pelanggaran lalu lintas, dan stop kecelakaan.</p> <p>4. Salah satu kegiatan Millennial Road Safety Festival th. 2019 adalah gerak jalan yang menempuh jarak kurang lebih 5 kilometer, di mulai dari Titik Nol Kilometer ke timur ke Jl. P. Senopati, belok ke utara ke Jl. Suryotomo, kemudian ke arah barat ke Jl. Suryatmajan, belok ke kiri ke Jl. Malioboro, dan finish di Titik Nol Kilometer Yogyakarta.</p>
5	10 Mar 2019	Titik Nol Kilometer Yogyakarta	Millennial Road Safety Festival Th. 2019	1. Kapolda DIY, Irjen Pol. Drs. Ahmad Dofiri., M.Si	1. Festival ini dilaksanakan dengan sasaran kaum milenial. Dengan harapan keselamatan terkait dalam berlalu lintas menjadi tanggung jawab kita bersama, terlebih lagi bagi kaum milenial yaitu generasi muda yang berusia produktif yang kita harapkan masa depannya nanti. Karena itu mulai sekarang, mereka harus kita gelorakan terus untuk tertib berlalu lintas dan menjaga keselamatan di

					<p>jalan karena yang menjadi korban itu kebanyakan kaum milenial dalam usia produktif.</p> <p>2. Polda DIY tidak menyangka bahwa mendapatkan rekor muri. Yg bertanda tangan saja hampir 24000 lebih. Kita lihat dari <i>drone</i>, empat ruas Malioboro, Trikora, Jl. Ahmad Dahlan, sampai depan Taman Pintar pun semua dari mulai pagi hari sampai pukul 09.30 WIB penuh, antusias massa khususnya kaum milenial sungguh sangat luar biasa.</p> <p>3. Yogyakarta dalam hal promosi sangat mudah sekali. Jadi, kita harapkan mudah – mudahan imbasnya paling tidak <i>mind set</i> mereka untuk tertib berlalu lintas dapat mengurangi pelanggaran mengenai kecelakaan. Semoga dari tahun ke tahun akan semakin menurun.</p> <p>4. Program-program yang kita rencanakan seperti program <i>police to school</i>, mulai dari paud, TK, SD, SMP, SMA, sampai dengan</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>perguruan tinggi. Polisi sahabat anak, polisi cilik, polisi sekolah, dan kemudian di perguruan tinggi ada Satmabara. Ini kemudian kita gelorakan terus, mengajak seluruh warga masyarakat.</p> <p>5. Intinya bersama Polri menjaga kantibmas dan yang paling penting lagi keselamatan lalu lintas harus di tekan terutama untuk generasi muda.</p>
6	18 Mar 2019	Loby Polda DIY	Ungkap Kasus Prostitusi <i>online</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepala Bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta AKBP Yuliyanto, S.I.K., M.Sc. 2. Kasubdit V Cyber Ditreskrimsus Polda D.I. Yogyakarta AKBP Edi Sutanto, S.H. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat 2 (dua) laporan polisi mengenai Tindak Prostitusi Online. Yang pertama LP tanggal 7 Maret 2019. Pelakunya perempuan yang berinisial CK. Pelaku saat ini berusia 33 tahun, yang sedang dalam kondisi hamil 8 bulan sehingga tidak dilakukan penahanan. 2. Yang kedua, LP tanggal 12 Maret 2019. Tersangka berinisial HP, laki-laki (mucikari), berstatus mahasiswa, dan berumur 25 tahun. 3. Tersangka HP membuka 15 akun twitter dan mengelolanya. Dipergunakan untuk melayani pemesan para PSK. Ketika calon pemesan

					<p>akan memesan, maka harus membayar sebesar Rp 300.000,- (tiga ratus ribu rupiah) untuk bisa melihat link para PSK. 15 akun twitter tersebut memuat para PSK yang ada.</p> <p>4. Cara kerjanya yaitu calon pemesan berkomunikasi dengan tersangka, kemudian membayar Rp 300.000,- (tiga ratus ribu rupiah), kemudian calon pelanggan di beri kata kunci/password untuk bisa masuk ke akun twitter tersebut. Kemudian melakukan transaksi, setelah transaksi terdapat pembagian yaitu sekian persen diberikan pada tersangka (mucikari), sekian persen diberikan kepada PSK nya. Yang untuk tersangka 30%, sisanya untuk PSK. Untuk kasus yang pertama, prosentasenya hampir sama.</p> <p>5. Untuk tarif yang dikenakan oleh tersangka, tergantung kepada kesepakatan awal antara tersangka dengan calon pelanggan. Pada</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>kasus yang pertama, Polda D.I. Yogyakarta mengamankan barang bukti berupa uang sebanyak Rp 1.100.000,- (satu juta seratus ribu rupiah) yaitu hasil transaksi pada hari itu.</p> <p>6. Salah satu perempuan yang diperdagangkan oleh tersangka HP ada yang sedang hamil 2 (dua) bulan.</p> <p>7. Perempuan yang diperdagangkan menawarkan dirinya sendiri untuk dipromosikan oleh tersangka HP di akun media sosialnya.</p> <p>8. Tersangka HP mengenal perempuan yang diperdagangkan melalui mulut ke mulut. Perempuan tersebut ada yang dari Yogyakarta dan luar Yogyakarta. Tarifnya yang paling mahal yaitu Rp 1.300.000,- (satu juta tiga ratus ribu rupiah).</p>
7	21 Mar 2019	Loby Polda DIY	Ungkap Kasus Tindak Pidana Penipuan <i>online</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kabidhumas Polda DIY, AKBP Yuliyanto, M.Sc 2. Dirreskrimsus Tony Surya Putra, S.I.K., M.H. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ditreskrimsus merilis hasil ungkap kasus penipuan <i>online</i>, di mana penipuan <i>online</i> ini sudah merebah ke seluruh lapisan masyarakat. Dari kalangan pelajar sampai mahasiswa, serta masyarakat

					<p>lainnya juga banyak yang menjadi korban.</p> <p>2. Modus – modus penipuan <i>online</i> macam – macam bentuknya, ada yang modus dengan menawarkan barang seperti <i>HP</i>, sepeda motor, tas, dan sebagainya dengan harga yang lebih murah. Mengapa menipu menawarkan hal tersebut? Karena kecenderungan masyarakat ketika dapat mengakses penjualan secara <i>online</i> merupakan hal yang menarik baginya sehingga masyarakat ingin membeli. Padahal jika masyarakat mencermati harga yang ditawarkan, seharusnya masyarakat sudah waspada mengapa harganya bisa lebih murah. Katakanlah <i>HP</i> yang harga normalnya di pasaran biasanya Rp 8.000.000,- (delapan juta rupiah), dijual menjadi Rp 6.000.000,- (enam juta rupiah), ini sebenarnya sudah tidak masuk akal. Begitu pula dengan harga sepeda motor</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>yang di pasaran harganya Rp 11.000.000,- (sebelas juta rupiah), dijual menjadi Rp 8.500.000,- (delapan juta lima ratus ribu rupiah). Namun karena daya tarik harga murah tersebut, masyarakat banyak yang tertipu (penipuan <i>online</i>).</p> <p>3. Seperti yang dikatakan oleh Pak Kabidhumas, di tahun 2018 laporan polisi mengenai penipuan <i>online</i> jumlahnya cukup signifikan. Yang kita ungkap saat ini, modus operandi yang dilakukan oleh tersangka dengan mengaku salah satu jasa <i>online</i>, mendapatkan nomor <i>HP</i> korban secara acak, dan ada kode areanya. Setelah menemukan nomor <i>HP</i> korban, nomor tersebut di masukkan ke dalam aplikasi jasa <i>online</i>. Seolah korban membutuhkan pelayanan jasa <i>online</i>, tersangka akan mengirimkan pesan berupa kode kepada korban dan korban menerima pesan tersebut. Kode tersebut</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>setelah disebutkan oleh korban pada saat dihubungi oleh tersangka akan membuka kode akses <i>Gojek</i> milik korban.</p> <p>4. Setelah aplikasi <i>Gojek</i> milik korban dapat terbuka, korban akan menerima pesan bahwa dirinya mendapatkan hadiah dari <i>Gojek</i> dan syarat untuk mengambil hadiah tersebut korban harus <i>top up</i> saldo <i>Go-pay</i> sebesar Rp 500.000,- hingga Rp 1.500.000,-.</p> <p>5. Dalam satu hari, pelaku dapat melakukan pengacakan nomor <i>HP</i> ini sampai 30 (tiga puluh) kali. Jika masing-masing nomor bisa mendapatkan Rp 1.000.000,- dan misalnya hal tersebut dilakukan selama satu bulan maka hasilnya saja sudah sangat banyak.</p> <p>6. Padahal sekarang ini, penipu <i>online</i> tidak hanya yang kita tangkap ini, tetapi ada beberapa sindikat, ini masih kita alami dan kita analisa, semoga dalam waktu dekat pun dapat kita ungkap kembali pelaku penipuan <i>online</i> ini. Polda D.I.</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>Yogyakarta telah membentuk tim dan tentunya Ditreskrimsus Polda D.I. Yogyakarta mendapatkan <i>back up</i> penuh dari Bareskrim Polri dalam mengungkap kasus penipuan <i>online</i> ini.</p> <p>7. Dari hasil kasus penipuan <i>online</i> ini Polda D.I. Yogyakarta dapat menangkap 2 (dua) tersangka dengan inisial N dan SR. Semuanya berdomisili Sumatera Selatan.</p> <p>8. Dari 2 (dua) tersangka ini kita bisa mengamankan 20 unit <i>HP</i>. Salah satunya ada yang kita sita dari <i>counter</i> jual <i>hp second</i>, sehingga dalam penanganan kasus ini kita berlakukan juga pasal Tindak Pidanan Pencucian Uang. Selain itu, kita juga menemukan beberapa <i>flashdisk</i> yang digunakan korban untuk melakukan beberapa penipuan dan kita berhasil memblokir rekening milik pelaku yang isinya kurang lebih sebesar Rp 750.000.000,-</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>(tujuh ratus lima puluh juta rupiah).</p> <p>9. Polda D.I. Yogyakarta akan terus melakukan berbagai upaya, tentunya juga bekerja sama dengan <i>stakeholder</i>. Karena seluruh pelaku online itu pasti menggunakan jasa transaksi noli perbankan, kemudian kita juga sudah mengirimkan DPO khususnya ke Polda Sumatera Selatan terkait manipulasi data.</p> <p>10. Manipulasi data ini modusnya pelaku mengatas namakan korban dengan menggunakan identitas palsu, mengirim pulsa, meminta <i>upgrade</i> nomor kartu dari reguler prioritas. Pelaku mengaku seolah yang memiliki nomor tersebut. Setelah dapat mengambil alih nomor korban, pelaku menggunakan kartu kredit, sehingga kartu kredit tersebut yang menggunakan adalah transaksi korban.</p> <p>11. Sekarang ini sedang musimnya penerimaan mahasiswa baru. Ini juga</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>dimanfaatkan oleh penjahat untuk melakukan modus manipulasi data. Pelaku penipuan <i>online</i> bisa menembus aplikasi pembuat <i>chat</i> salah satu universitas, kemudian di situlah pelaku menghubungi korban seolah-olah Ia adalah panitia penerimaan mahasiswa baru. Pelaku mengatakan bahwa korban telah lulus sebagai mahasiswa baru. Setelah menyampaikan hal tersebut, buktinya muncul sehingga korban percaya bahwa dirinya lulus dan setelah itu pelaku meminta ditransfer saat itu juga.</p> <p>12. Pada kesempatan ini saya mengingatkan, selain penipuan – penipuan <i>online</i> yang menjual barang murah tadi. Pastikan jika harganya jauh dari harga pasar, maka itu adalah penipuan <i>online</i>. Kemudian yang tadi terkait kasus penerimaan mahasiswa baru, bila ada yang menghubungi bahwa anak kita dinyatakan lulus dan meminta transfer saat itu</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>juga, pastikan bahwa nomor rekeningnya sama dengan yang tertera di web, hal itu dapat dipastikan bahwa itu pelaku penipuan <i>online</i>.</p> <p>13. Untuk meminimalisir penipuan <i>online</i>, seluruh rekening pelaku Polda D.I. Yogyakarta bekerja sama dengan perbankan memblokir nomor rekening.</p>
8	22 Mar 2019	Stadion Maguwoharjo Sleman	Apel Pagi Gabungan TNI Polri dalam rangka mengamankan Pemilu 2019	1. Kapolda DIY, Irjen Pol. Drs. Ahmad Dofiri., M.Si	<p>1. TNI Polri membutuhkan seluruh warga masyarakat kesiapan TNI, Polri dan segenap komponen masyarakat dalam rangka untuk persiapan pengamanan kampanye terbuka sekaligus pada saat pencoblosan tanggal 17 April mendatang.</p> <p>2. TNI, Polri dan seluruh masyarakat bertekad bulat untuk kesiap siagaan kita dalam pengaman pemilu 2019 ini.</p> <p>3. Untuk kampanye terbuka selain operasi jalur-jalur menuju lokasi kampanye sekaligus titik-titik kerawanan dimana tempat-tempat pemukiman khususnya kelompok-kelompok tertentu yang selama ini memang ada</p>

					<p>beberapa kali gesekan. Itu yang fokus menjadi pengamanan kita.</p> <p>4. Terkait penindakan terhadap pelanggaran lalu lintas, mereka yang menggunakan kendaraan roda 2 yang menggunakan knalpot blombongan, akan diberikan peringatan seperti yang sebelum-sebelumnya.</p> <p>5. Kampanye terbuka itu gesekan antara pendukung, itu yang kita antisipasi bersama, karena pengalaman kemarin ketika kampanye yang sifatnya terbatas saja bisa terjadi. Nanti pada saat kampanye terbuka pengerahan masanya akan lebih banyak lagi dan ini menjadi fokus pengamanan kita. Sekaligus nanti pada saat calon presiden, wakil presiden akan melakukan kampanye terbuka.</p>
--	--	--	--	--	--

(Sumber : catatan pribadi penulis)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tidak hanya kasus saja yang ditangani oleh pihak kepolisian dan dilakukan konferensi pers, namun juga ada kegiatan menonjol dan bersifat umum untuk masyarakat yang perlu adanya konferensi pers, salah satunya yaitu kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019. Millennial Road Safety Festival (MRSF) adalah

kegiatan mengajak generasi milenial untuk mengutamakan keselamatan dengan tertib lalu lintas yang memiliki rentang usia 17 – 35 tahun. Kegiatan ini dilakukan serentak oleh 34 Provinsi di Indonesia salah satunya provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 4 Kabupaten dan 1 Kota yang ada di DIY (Kota Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunungkidul, Kabupaten Kulonprogo dan Kabupaten Sleman) menggelar kegiatan tersebut di masing – masing Kabupaten dan di penghujung acara, dilakukan serentak gabungan se-DIY di Titik Nol Kilometer Yogyakarta pada tanggal 10 Maret 2019 dengan mengundang artis Ibukota, seperti Ayu Ting-ting, DJ Una, Cita Citata, Tukul Arwana, Guyon Waton.

Konferensi pers dalam kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019 tersebut dilakukan menjelang dan pada saat acara berlangsung, dalam hal ini konferensi pers saat acara berlangsung menjadi satu rangkaian dengan kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019. Adapun perbedaan dari konferensi tersebut antara lain:

Tabel 3.1

Perbedaan konferensi pers menjelang dan saat acara Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019

WAKTU	TEMPAT	TEMA	PEMBICARA	ISI
06 Mar 2019	Gedung Serbaguna Polda DIY	Millennial Road Safety Festival Th. 2019	1. Kapolda DIY, Irjen Pol. Drs. Ahmad Dofiri., M.Si	<ol style="list-style-type: none"> 1. Polda D.I. Yogyakarta telah mengatur segala persiapan Millennial Road Safety Festival th. 2019, mengingat kegiatan ini akan melibatkan sekitar 50.000 orang dan komunitas, tentunya yang paling penting adalah permasalahan parkir. 2. Pada saat Millennial Road Safety Festival th. 2019 juga akan dilakukan penutupan jalan, mulai dari Malioboro sampai Titik Nol Kilometer hingga pukul 11.00 WIB. 3. Millennial Road Safety Festival th. 2019 ditujukan pada kalangan milenial seperti anak sekolah, pelajar, mahasiswa, dan komunitas lain. Melalui

				<p>deklarasi keselamatan dari rangkaian acara ini, Polda D.I. Yogyakarta berharap dapat meningkatkan kesadaran dalam berlalu lintas, mengurangi kecelakaan, pelanggaran lalu lintas, dan stop kecelakaan.</p> <p>4. Salah satu kegiatan Millennial Road Safety Festival th. 2019 adalah gerak jalan yang menempuh jarak kurang lebih 5 kilometer, di mulai dari Titik Nol Kilometer ke timur ke Jl. P. Senopati, belok ke utara ke Jl. Suryotomo, kemudian ke arah barat ke Jl. Suryatmajan, belok ke kiri ke Jl. Malioboro, dan finish di Titik Nol Kilometer Yogyakarta.</p>
10 Mar 2019	Titik Nol Kilometer Yogyakarta	Millennial Road Safety Festival Th. 2019	1. Kapolda DIY, Irjen Pol. Drs. Ahmad Dofiri., M.Si	<p>1. Festival ini dilaksanakan dengan sasaran kaum milenial. Dengan harapan keselamatan terkait dalam berlalu lintas menjadi tanggung jawab kita bersama, terlebih lagi bagi kaum milenial yaitu generasi muda yang berusia produktif yang kita harapkan masa depannya nanti. Karena itu mulai sekarang, mereka harus kita gelorakan terus untuk tertib berlalu lintas dan menjaga keselamatan di jalan karena yang menjadi korban itu kebanyakan kaum milenial dalam usia produktif.</p> <p>2. Polda DIY tidak menyangka bahwa mendapatkan rekor muri. Yg bertanda tangan saja hampir 24000 lebih. Kita lihat dari <i>drone</i>, empat ruas Malioboro, Trikora, Jl. Ahmad Dahlan, sampai depan Taman Pintar pun semua dari mulai pagi hari sampai pukul 09.30 WIB penuh, antusias massa khususnya kaum milenial sungguh sangat luar biasa.</p> <p>3. Yogyakarta dalam hal promosi sangat mudah sekali. Jadi, kita harapkan mudah – mudahan imbasnya paling tidak <i>mind set</i> mereka untuk tertib berlalu lintas dapat mengurangi pelanggaran mengenai kecelakaan. Semoga dari tahun ke tahun akan semakin menurun. Program-program yang kita rencanakan seperti</p>

				<p>program <i>police to school</i>, mulai dari paud, TK, SD, SMP, SMA, sampai dengan perguruan tinggi. Polisi sahabat anak, polisi cilik, polisi sekolah, dan kemudian di perguruan tinggi ada Satmabara. Ini kemudian kita gelorakan terus, mengajak seluruh warga masyarakat.</p> <p>4. Intinya bersama Polri menjaga kantibmas dan yang paling penting lagi keselamatan lalu lintas harus di tekan terutama untuk generasi muda.</p>
--	--	--	--	---

(Sumber : catatan pribadi penulis)

Dalam konferensi pers Millenial Road Safety Festival (MRSF) 2019 ada 9 orang panitia yang terlibat dan mempunyai jobdesk masing-masing, dengan uraian sebagai berikut :

Tabel 4.1

Daftar nama panitia Millenial Road Safety Festival (MRSF) 2019

No	Nama	Pangkat	Jabatan	
			Organik	Kepanitiaan
1	Yuliyanto, S.I.K., M.Sc.	AKBP	Kabidhumas	Penanggung Jawab
2	Sri Sumarsih	KOMPOL	Plt. Kaubbidpenmas	Ketua Pelaksana
3	Th. Sandrasjah, SH	PENATA I	Paur Penum	Sekretaris
4	Suginah	IPTU	Kaurkeu	Bendahara
5	Supriyadi	PENATA	Paur Mitra	Konsumsi
6	Basori, S.Ag	PENATA I	Paur Pensat	Perlengkapan
7	Dheny Yuniarto Nugroho, S.H.	BRIGADIR	BA Bidhumas	Dokumentasi
8	Agung Nurpratomo	BRIGADIR	BA Bidhumas	Dokumentasi
9	Riyo Aditya Pramuji	BRIPKA	BA Bidhumas	Dokumentasi

(Sumber : paur penum Polda D. I. Yogyakarta)

Peran PR dalam mempersiapkan konferensi pers Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019 antara lain :

1. Mencari informasi dan data secara mendalam terkait kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019
2. Mengumpulkan data – data sebagai bahan pertimbangan kegiatan
3. Mengolah data tersebut kedalam bahan pembuatan *press release*
4. Menyajikan *press release* ke wartawan sebagai bahan mereka untuk membuat berita setelah selesai konferensi pers
5. Menyelenggarakan konferensi pers dengan mengundang wartawan dan pihak yang bersangkutan, yang nantinya berita akan dimuat di media (Koran, Instagram, dan Facebook)

Selain itu, ada juga persiapan yang dilakukan pra konferensi pers Millennial Road Safety Festival yaitu:

1. Mengirim undangan kepada redaksi tiga hari sebelum konferensi pers dilaksanakan melalui grup *whatsapp* wartawan.
2. Humas Polda D. I. Yogyakarta mengecek kembali undangan secara *personal chat* apakah sudah diterima oleh pihak yang bersangkutan atau belum, dan memastikan apakah wartawan tersebut bersedia hadir dalam konferensi pers Millennial Road Safety Festival (MRSF) tersebut.
3. Membuat *press release* tentang topik kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) yang ingin disampaikan kepada pers dalam konferensi pers.
4. Membuat daftar hadir wartawan yang diisi wartawan ketika baru datang ke acara Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019.
5. Membagikan *press release* kepada wartawan pada hari H pelaksanaan konferensi pers acara Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019.
6. Menunjuk Irjen Pol Drs. Ahmad Dofiri, M. Si selaku Kapolda sebagai juru bicara dalam konferensi pers Millennial Road Safety Festival (MRSF) tersebut, karena beliau yang mengetahui betul kegiatan tersebut.

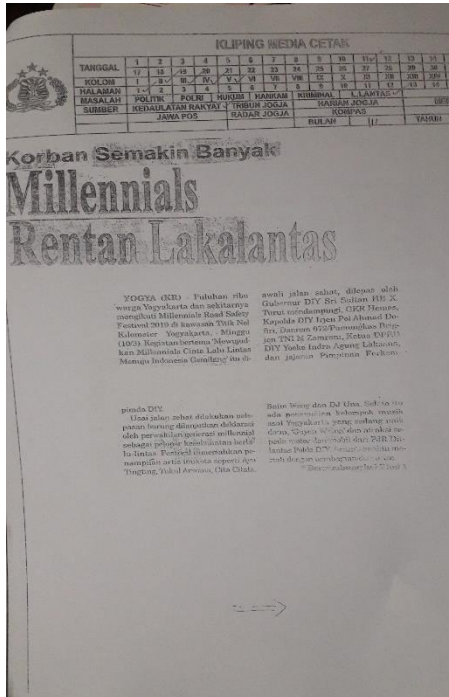
7. Menyiapkan tempat untuk konferensi pers, dalam hal ini konferensi pers dilaksanakan di tempat khusus pejabat (VIP).
8. Mengingat acara Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019 dimulai pukul 05.30 WIB maka Humas juga menyediakan konsumsi untuk sarapan pagi dan snack siang, karena konferensi pers dilakukan pukul 10.00 WIB.
9. Mendokumentasikan konferensi pers acara Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019 berupa foto dan video.
10. Konferensi pers Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019 diadakan selama kurang lebih 2 menit.

Setelah konferensi pers selesai, hal yang dilakukan Humas Polda adalah :

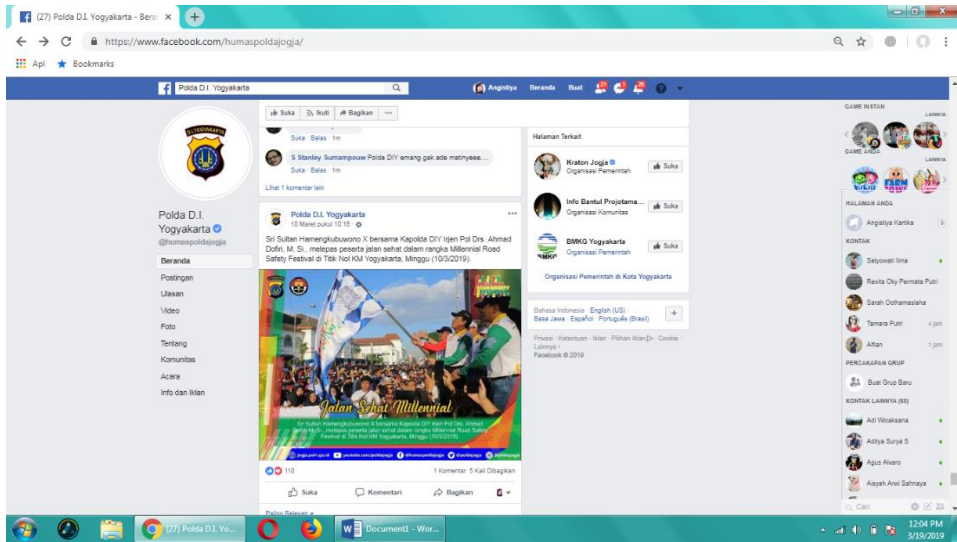
1. Mendengarkan kembali pembicaraan narasumber (Kapolda) untuk transkrip dalam laporan.
2. Membuat laporan konferensi pers, guna untuk melaporkan hasil kegiatan kepada pihak yang bersangkutan.
3. Dalam laporan tersebut, dilampirkan dokumentasi saat kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) berlangsung, surat perintah (sprint), daftar nama panitia konferensi pers Millennial Road Safety Festival (MRSF), *press release*, daftar hadir, dan berita yang dimuat di media cetak (koran) pada tanggal 11 April 2019.

Konferensi penting dilakukan karena untuk memberikan, menyebarkan dan meyakinkan informasi positif kepada masyarakat tentang kasus maupun kegiatan yang sedang terjadi maupun yang ditangani oleh pihak kepolisian maupun yang dilakukan oleh inisiatif pihak kepolisian. Maka, adanya konferensi pers akan membuat masyarakat saling pengertian dan percaya adanya kasus ataupun kegiatan yang terjadi sehingga nantinya tidak ada kesalah pahaman satu sama lain. Berita konferensi pers dimuat di koran (Tribun Jogja, Kedaulatan Rakyat, Radar Jogja, Harian Jogja, Merapi), instagram Polda D. I. Yogyakarta dan facebook Polda D. I. Yogyakarta.

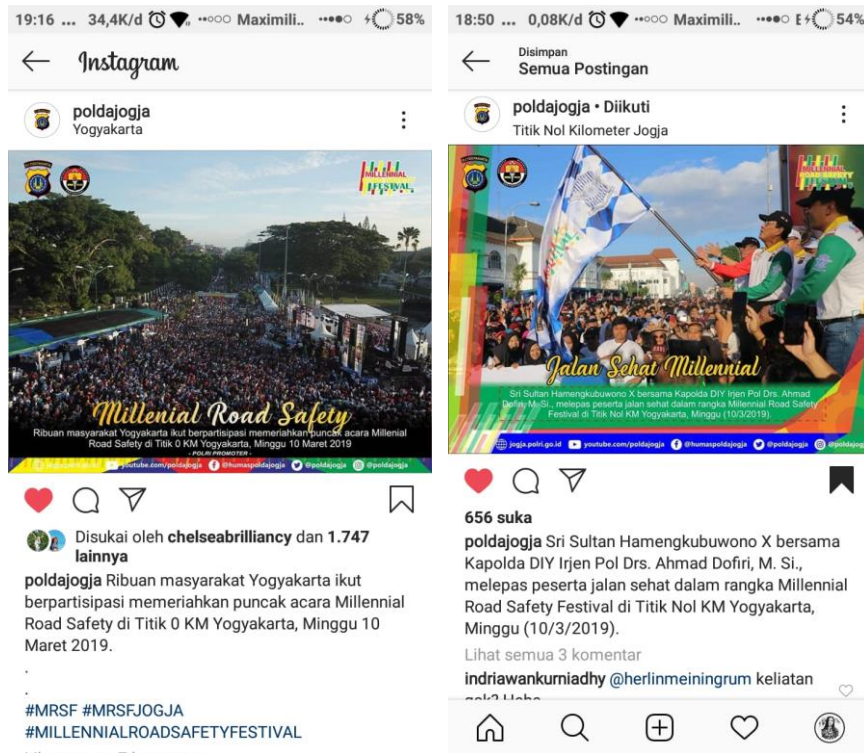
Gambar 6.1 Kliping berita MRSF 2019 di koran Kedaulatan Rakyat



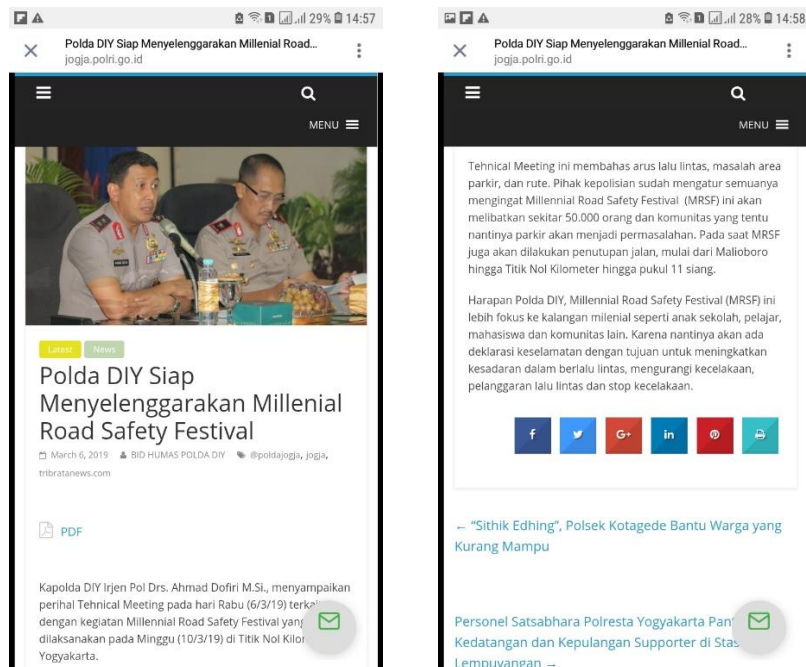
Gambar 7.1 Berita MRSF di Facebook



Gambar 8.1 Berita MRSF di Instagram



Gambar 9.1 Berita MRSF di Website



D. ANALISIS PENULIS

Seorang *Public Relations* harus bisa menjalankan perannya dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis akan menganalisis peran PR yang ada di Polda D. I. Yogyakarta dalam menangani konferensi pers dengan tema Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019 yang dilaksanakan di Titik Nol Kilometer Yogyakarta tanggal 10 Maret 2019.

Dari keempat peran PR menurut Cutlip diantaranya, sebagai Penasihat Ahli (*Expert Perciber*), Fasilitator Komunikasi (*Communication fasilitator*), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem solving process fasilitator*), dan Teknisi Komunikasi (*Communication technician*), Humas Polda D. I. Yogyakarta melaksanakan 3 peran dalam kegiatan konferensi pers, antara lain :

a. Penasihat Ahli (*Expert Perciber*)

Humas Polda D. I. Yogyakarta berperan untuk merancang bentuk dan konsep konferensi pers yang akan dilakukan hingga menangani konferensi pers itu sendiri seperti mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan saat pelaksanaan konferensi pers mulai dari undangan, daftar hadir dan menyediakan konsumsi hingga ke tahap pelaksanaan konferensi pers di acara Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019 ini.

b. Fasilitator Komunikasi (*Communication fasilitator*)

Pada peran ini, Humas Polda D. I. Yogyakarta bertindak sebagai komunikator, dengan cara melaksanakan konferensi pers terkait kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019. Humas disini bertugas untuk mempertemukan lembaga dengan media khususnya wartawan. Pada saat konferensi pers fasilitas kepentingan Polda dan Jurnalis dibuka dan ditutup oleh Kabidhumas.

c. Teknisi Komunikasi (*Communication technician*)

Humas Polda D. I. Yogyakarta membuat *press release*, mempersiapkan sound system, melakukan dokumentasi, membuat berita hingga mengupload berita ke media sosial.

Kelebihan Humas Polda dalam menangani konferensi pers yaitu

1. Bahan telah disiapkan secara matang, sehingga pada saat pelaksanaan konferensi pers dan wartawan memeberikan pertanyaan, pihak humas Polda sudah mempersiapkan jawaban yang sesuai.
2. Tingkat Koordinasi antara panitia, narasumber dan wartawan berjalan dengan baik sehingga tidak ada *miss* komunikasi antara satu pihak dengan pihak lain.
3. Perlengkapan selalu dipersiapkan H-1 sebelum pelaksanaan konferensi pers berlangsung, sehingga jika masih ada perlengkapan yang kurang dapat dilengkapi dengan cepat, agar pada saat hari H perlengkapan sudah siap semua.
4. Membuat *press release* H-2 konferensi pers berlangsung

Kelemahan Humas Polda dalam menangani konferensi pers yaitu Polda belum bisa memberikan informasi secara menyeluruh terhadap kebutuhan informasi yang dibutuhkan wartawan, karena setelah konferensi pers selesai masih ada wartawan yang mengejar narasumber untuk diwawancara secara pribadi dan dimintai informasi lebih lanjut terkait kasus tersebut. Karena wartawan sangat teliti dan pertanyaan yang diajukan tidak terduga.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan laporan “Peran PR dalam Menyelenggarakan Konferensi Pers di Lingkungan Polda D. I. Yogyakarta” Penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan Humas Polda D. I. Yogyakarta menjalankan perannya sebagai *expert presciber*, yang mana Humas Polda D. I. Yogyakarta berperan untuk merancang bentuk dan konsep konferensi pers yang akan dilakukan hingga menangani konferensi pers itu sendiri seperti mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan saat pelaksanaan konferensi pers mulai dari undangan, daftar hadir dan menyediakan konsumsi hingga ke tahap pelaksanaan di acara Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019. Sebagai *Communication fasilitator*, yang mana Pada peran ini, Humas Polda D. I. Yogyakarta bertindak sebagai komunikator, dengan cara melaksanakan konferensi pers terkait kegiatan Millennial Road Safety Festival (MRSF) 2019. Humas disini bertugas untuk mempertemukan lembaga dengan media khususnya wartawan. Pada saat konferensi pers fasilitas kepentingan Polda dan Jurnalis dibuka dan ditutup oleh Kabidhumas. Sebagai *Communication technician*, yang mana Humas Polda D. I. Yogyakarta membuat press release, mempersiapkan sound system, melakukan dokumentasi, membuat berita hingga mengupload berita ke media sosial.
2. Peran Humas Polda D. I. Yogyakarta dalam penyelenggaraan konferensi pers berhubungan dengan banyak redaksi yang ada di Yogyakarta seperti Elshinta, RRI, Sorot.co, Bernas, Koran Merapi, Kedaulatan Rakyat, Tribun Jogja, Harian Jogja, Suara Merdeka, Radar Jogja, RBTv, Jogja TV, Antara News, Jawapos TV, Akurat.co, TVRI, KR Radio, Tribrata News, TV One, Republika, Kompas.com, RBFM, Tirto.id, Detik.com.

Dari banyak redaksi tersebut terbagi menjadi 3 media massa, diantaranya media cetak koran (Tribun Jogja, Kedaulatan Rakyat, Radar Jogja, Harian Jogja, Merapi), media elektronik (RBTv, Jogja TV, Adi TV, TVRI, TV One, Jawapos TV, KR Radio, RRI, RB FM) dan media *online* (Elshinta, Sorot.co, Bernas, Suara Merdeka, Antara News, Akurat.co, Tribrata News, Republika, Kompas.com Tirto.id, Detik.com)

Humas Polda D. I. Yogyakarta juga bekerjasama dengan media tersebut untuk dapat mempublikasikan berita konferensi pers melalui media mereka masing – masing (*online*, cetak, elektronik) agar dapat dinikmati oleh masyarakat umum.

Selain media tersebut, ada juga media non massa yang digunakan Humas Polda D. I. Yogyakarta untuk menyebarluaskan berita konferensi pers melalui Media sosial dan website. Humas Polda D. I. Yogyakarta juga memanfaatkan media sosial (facebook, instagram) sebagai bentuk publikasi kepada khalayak umum.

3. Kegiatan *Media Relations* yang diselenggarakan oleh Humas Polda D. I. Yogyakarta adalah konferensi pers, *press release*, liputan kegiatan, wawancara pers, *special events* (liputan media), dan gathering.
4. Berdasarkan tingkatan Manajemen dalam Organisasi, Humas Polda D.I. Yogyakarta terletak di tingkat Manajemen Tingkat Menengah (*Middle Management*). Humas Polda D.I. Yogyakarta memiliki tanggung jawab atas pelaksanaan rencana yang telah ditetapkan oleh manajemen puncak.
5. Dalam menjalankan *media relations*, Humas Polda D. I. Yogyakarta mengarah pada pelaksanaan konferensi pers.
6. Mengarah pada pelaksanaan konferensi pers maksudnya peran dalam kegiatan ini sebagai salah satu bentuk hubungan baik dengan para rekan media. Sehingga akan muncul sebuah hubungan yang harmonis antara pihak Humas Polda D. I. Yogyakarta dengan media. Dengan harapan dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan menjaga reputasi lembaga kepolisian di Polda D. I. Yogyakarta.
7. Humas Polda D. I. Yogyakarta menjalankan perannya dalam pelaksanaan konferensi pers dengan baik dan lancar, sesuai dengan maksud dan tujuan

yang akan dicapai. Dalam hal ini Humas Polda D. I. Yogyakarta bekerjasama dengan Direktorat Kriminal Umum dan Direktorat Kriminal Khusus untuk membahas terkait dengan kasus yang akan dibahas saat konferensi pers.

B. SARAN

Selama penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Humas Polda D. I. Yogyakarta, berikut beberapa saran yang diharapkan penulis dapat membantu instansi agar menjadi lebih baik lagi. Berikut adalah saran – sarannya :

1. Sebaiknya Humas Polda D.I. Yogyakarta tetap proaktif dalam mengantisipasi rekan media yang tidak hadir dalam pelaksanaan konferensi pers, yaitu dengan mengirimkan *press release* melalui *whatsapp* atau email sehingga informasi yang diberikan pun dapat diterima oleh rekan media.
2. Humas wajib mempunyai database milis perusahaan media, jadi pada saat ada kegiatan apapun dapat menggunakan *email blast*.
3. Penyelenggara konferensi pers (dalam hal ini Polda DIY) sebaiknya menyediakan tempat untuk kartu nama wartawan atau awak media yang datang di konferensi pers. Melalui kartu nama ini, Polda DIY dapat melengkapi data wartawan untuk persiapan kegiatan lainnya. Selain itu dapat digunakan untuk memastikan keberadaan media dan mengantisipasi adanya wartawan *bodrex* atau wartawan tanpa media.
4. Pada pembuatan *press release* sebaiknya menyertakan *contact person* humas Polda DIY yang dapat dihubungi.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, Center, Scoot Cutlip.** (2006) *Effectiver Public Relations*. Jakarta :
PT. Kencana Prenada Media Group
- Ardianto, Sofie.** (2006). *Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis, Rekatama Media
- Gassing, Syarifudin** (2016) *Public Relations* : Yogyakarta : Andi, CV
- Iriantara, Yosol.** (2005) *Media Relations; Konsep, Pendekatan, dan Praktik*.
Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurhadi** (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Jakarta : PT. Kencana Prenada Media Group
- Ruslan, Rosady.** (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*.
Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Moore, David, Murray.** (2006). *Communication in Construction: Theory and Practice*. USA

Website

<http://jogja.polri.go.id/website>

http://jogja.polri.go.id/website/?page_id=1993

http://jogja.polri.go.id/website/?page_id=1813

http://jogja.polri.go.id/website/?page_id=1821