

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hubungan Masyarakat (Humas) atau sering disebut *Public Relation* merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang sifatnya komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, lembaga, kantor, lembaga militer dan Kepolisian RI membutuhkan bagian yang membidangi humas. Sebab humas memiliki fungsi dan tugas sebagai jalur koordinasi dengan publik atau masyarakat, yakni menciptakan, membina dan memelihara hubungan baik antara organisasi dan publiknya, dengan maksud menyesuaikan dirinya pada keadaan sekeliling dan memperkenalkan dirinya kepada masyarakat, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup organisasi / perusahaan tersebut seperti memperoleh kepercayaan, pengertian jasa baik dan penghargaan dari publik atau masyarakat umum. Humas itu pula yang seringkali menjadi bagian dari pencitraan suatu organisasi. Sebagaimana disebutkan oleh Linggar, Humas yang sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan “banjir Informasi” seperti saat ini.

Kemajuan teknologi dan kehadiran internet membuat perkembangan baru di dunia Public Relation, melalui media internet suatu bentuk *Public Relation* yang baru terbentuk yakni *Cyber Public Relation (CPR)* yang merupakan kegiatan humas

dengan media internet atau yang sering disebut dunia maya (*Cyber Space*) . Dalam memberikan pelayanan informasi publik secara online *Cyber Public Relation* memiliki banyak jenis dari *facebook* , *instagram* , *twiter* ,dsb. Yang menjalankan berbagai aktivitas kerjanya dibantu dengan menggunakan internet sebagai sarana atau media untuk publisitasnya. Pemakaian internet sangatlah efektif jika dilihat dari masyarakat zaman sekarang yang tidak terlepas dari internet dan gadget, karena internet membuat pandangan baru setiap individunya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Rusdianto (2014 :99) menjelaskan bahwa komunikasi melalui internet dianggap efektif, karena menciptakan hubungan *one to one* daripada *One to many*. *Public Relation* bisa langsung menyampaikan pesan atau informasi tersebut kepada target publiknya , membina hubungan baik dengan media dan menciptakan ataupun membangun Brand Images yang baik hanya dengan melalui internet. Melalui peran internet yang digunakan PR untuk menjalankan program-programnya melalui *website* perusahaan dapat menciptakan *public understanding* (pengertian publik), *public confidence* (Kepercayaan publik), *public support* (dukungan publik), *public cooperation* (kerjasama publik) yang akan menimbulkan kesan positif di khlayak . Instansi dan organisasi yang menggunakan internet akan mengalami perkembangan pesat ditengah-tengah masyarakat. Pola komunikasi PR pada perusahaan / organisasi tersebut yang sebelumnya menggunakan media konvensional atau massa telah diganti dengan pola yang lebih aktual setelah adanya internet.

Kepolisian Polda Metro Jaya adalah salah satu lembaga / instansi yang menggunakan internet sebagai terobosan baru mereka untuk menyampaikan pesan informasi dengan cepat dan efektif pada publik.. Dalam hal ini Humas PMJ menjalankan peran *Cyber Public Relation*. Layanan berbasis online PMJ yakni melalui *website* PMJNews.com dan *humas.polri.id* serta sosial media seperti *instagram* , *facebook* , *twiter* dan *chanel youtube*. *Website* dan jejaring sosial ini tidak hanya dijadikan sebagai media komunikasi antar polisi dengan publik , tetapi sebagai media untuk menciptakan image atau citra positif dan menampung aspirasi berbagai eksptasi publik serta merealisasikan dan mendukung keterbukaan informasi publik sebagaimana diamanahkan dalam UU No.14 tahun 2008 tentang keterbukaan Informasi Publik (KIP)

Penulis melaksanakan kerja praktek di Kepolisian Polda Metro Jaya sebagai Divisi Humas Multimedia selama 1 bulan . Banyak hal yang dikerjakan mulai dari proses pembuatan berita di *PMJ News* , mengikuti *Press conference* dan kegiatan *cofee break* , membuat dan mengumpulkan berita harian konvensional dan online tentang hal yang berkaitan dengan PMJ , membuat *press release* , memotret dan mengedit foto *press conference* , membantu membuat laporan IMM mingguan , membantu mengedit video kegiatan PMJ dan semua kegitan tersebut akan di upload dimedia sosial seperti *twiter*, *instagram* , *facebook* dll.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk membahas tentang “Peran Humas Multimedia melalui *Cyber Public Relation* dalam menciptakan citra kepolisian Polda Metro Jaya” Karena menurut penulis media *Cyber* adalah alat yang paling

banyak digunakan oleh masyarakat di zaman ini , untuk mengakses informasi dan hiburan lainnya . Maka Humas PMJ memakai cara ini dan strategi yang ada untuk menciptakan citra atau kesan yang baik dimata publik dengan kecanggihan media *Cyber* ini yang dapat menyebar luaskan dengan cepat atau mempublish keseluruhan lapisan masyarakat tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar dan upaya *face to face* melalui pengupload an kegiatan atau peristiwa kejadian sekaligus dapat menampung aspirasi seperti saran , kritik , pesan dari publik.

Penulis berharap dengan adanya praktik kerja ini memperoleh ilmu praktik serta mendapatkan pengalaman yang bermanfaat yang tidak didapatkan dibangku kuliah. Sebab ilmu praktik sangat penting untuk menjadi bekal saat terjun langsung didunia kerja dan bersaing di pasar bebas.

1.2. Topik Laporan

Penulis memilih topik laporan yaitu “PERAN HUMAS MULTIMEDIA MELALUI *CYBER* PR DALAM MENCIPTAKAN CITRA KEPOLISIAN POLDA METRO JAYA”

1.3. Tujuan PKL

1. Untuk mengetahui aktivitas dan strategi apa saja yang sesuai dengan pengimplementasian *Cyber* PR di bidang pemerintahan yakni Polda Metro jaya serta faktor yang menimbulkan atau meningkatkan citra , kesan , pikiran serta dukungan yang positif dari publik.

2. Untuk mengetahui kemajuan dan keberhasilan kasus yang dilakukan oleh PMJ melalui pengumpulan berita harian, mengetahui cara mengedit dan mengupload video dan foto untuk dijadikan bahan informasi dan di upload di sosial media , mengetahui seberapa banyak cuitan , saran dan kritikan masuk langsung melalui media sosial masyarakat untuk PMJ. Dengan begitu bisa dilihat perkembangan citra di mata masyarakat pada PMJ
3. Untuk memahami dan mendeskripsikan adanya hambatan yang dialami dalam pelaksanaan *cyber public relation* dalam menciptakan citra kepolisian PMJ.

1.4. Manfaat PKL

1.4.1. Manfaat secara teoritis

Dalam mengikuti PKL ini , manfaat yang dirasakan yaitu semakin menambah wawasan dan mendapatkan pengalaman tentang hal baru yang sebagian dipelajari di kampus serta mengasah skill atau keterampilan penulis. Khususnya penulis dapat belajar membuat berita , menulis *press release* , terjun langsung pada kegiatan *press conference* , belajar pengeditan video dan foto dan mengetahui tentang perkembangan citra kepolisian PMJ melalui media sosial di mata publik.

1.4.2. Manfaat secara praktis

1. Penulis berharap agar kerja praktik ini bisa memberikan manfaat dan gambaran kepada pembaca , khususnya mahasiswa *Public Relation* saat terjun ke lapangan.

2. Dapat menjadi panduan mahasiswa *Public Relation* selanjutnya yang akan menyusun Laporan Kuliah Kerja Praktik (KKP)
3. Penulis dapat mengerti cara kerja / sistem kerja humas multimedia ketika sedang meliput *press conference* sampai menulis atau mengolah laporan tersebut menjadi berita di *website* dan media sosial
4. Mengaplikasikan sebagian teori-teori yang sudah dipelajari saat perkuliahan dan mengembangkan teori tersebut selama melaksanakan kerja praktik di Polda Metro Jaya

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan hasil kuliah kerja praktek ini berisi lima bab, dimana antar bab saling berkaitan.

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang KKP, rumus masalah KKP, Tujuan KKP, Manfaat KKP, dan sistematika penulisan KKP yang berguna untuk memberikan gambaran umum tentang isi laporan.

BAB II

KERANGKA TEORI

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka yang merupakan kumpulan dari teori-teori yang dapat penulis jadikan kategori, sehingga penulis dapat

mendapatkan kategorisasi dari KKP dan menggambarannya dalam kerangka pemikiran.

BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah tempat penulis membuat laporan kerja praktik dari struktur organisasi sampai konsep perusahaan sendiri.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang subjek KKP mengenai sejarah singkat dan pembahasan hasil KKP.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan rangkaian akhir dari penulisan laporan KKP, yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil KKP yang penulis lakukan.