

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat saat ini hidup di era dimana informasi merupakan salah satu kebutuhan yang cukup penting untuk memenuhi tuntutan hidup yang semakin dinamis. Begitu juga dengan keberadaan institusi atau organisasi tidak akan pernah lepas dari kebutuhannya akan informasi. Institusi atau organisasi juga dituntut untuk dapat membagikan informasi kepada para *Stakeholder*, baik *Stakeholder* internal maupun eksternal. Hal tersebut mendorong institusi atau organisasi memiliki divisi atau departemen *Public Relations* atau humas sebagai jembatan informasi antara institusi atau organisasi dengan *Stakeholder*-nya.

Public Relations merupakan bagian yang sangat penting dari sebuah institusi atau organisasi. Keberadaan *Public Relations* atau humas selain berfungsi sebagai bagian yang bertanggung jawab dalam menjaga citra baik perusahaan juga berfungsi sebagai jembatan komunikasi antar *stakeholder* perusahaan baik internal maupun eksternal.

Public Relations menurut Edward Louis Bernays (*dalam Syarifuddin, dkk., 2016:4*) bertugas untuk *inducing the public to have understanding for and goodwill* yaitu mendorong publik untuk memiliki pemahaman dan niat baik. Tugas tersebut dilakukan melalui komunikasi yang bersifat timbal balik (*resiprokal*) dalam rangka mencapai pemahaman dan niat baik (*goodwill*) serta citra baik (*good image*) antara lembaga atau organisasi dengan publik dalam perannya sebagai sebuah institusi publik.

Institusi pemerintahan merupakan institusi publik yang memerlukan peran humas (*public relations*) dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Salah satu pihak yang erat kaitannya dengan humas ialah media. Media membantu humas institusi pemerintahan dalam menyalurkan informasi kepada masyarakat. Selain untuk kepentingan masyarakat, humas yang ada di institusi pemerintahan juga turut memberikan masukan kepada pejabat institusi pemerintahan tersebut terkait dengan informasi dan reaksi masyarakat atas kebijakan publik yang telah disusun dan disahkan, baik kebijakan publik yang sedang diimplementasikan, akan diimplementasikan, dan atau yang sudah diimplementasikan di masyarakat.

Membangun hubungan dengan media sangat penting bagi humas institusi

pemerintahan. Keberhasilannya dalam menjalankan pekerjaan kehumasan dalam rangka menarik perhatian masyarakat luas terutama yang ditentukan oleh pemahamannya tentang strategi membangun hubungan dengan mediaserta kepandaian dan taktik praktisi *Public Relations* atau humas dalam membangun hubungan dengan media (Hafizah, 2015).

Media berperan dalam mengontrol persepsi publik untuk menjaga reputasi institusi pemerintahan. Media merupakan cermin opini publik, selain itu media juga merupakan alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan institusi pemerintahan kepada masyarakat atau publik. Humas institusi pemerintahan perlu menjalin hubungan yang baik dengan media untuk mencapai tujuannya.

Pentingnya menjalin hubungan dengan media dikarenakan media sebagai sarana komunikasi dengan publik yang dapat menjangkau khalayak yang luas dan tersebar agar isi pesan dapat disampaikan dengan baik kepada publik. Dengan demikian, manfaat dari *media relations* sebagai berikut (Wardhani, 2008:14):

1. Membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa;
2. Membangun kepercayaan timbal balik dengan prinsip menghormati dan menghargai, kejujuran serta kepercayaan;
3. Penyampaian/perolehan informasi akurat, jujur dan mampu memberikan pencerahan bagi *public*.

Kepolisian Negara Republik Indonesia (POLRI) adalah Kepolisian Nasional di Indonesia, yang bertanggung jawab langsung di bawah Presiden. Polri mengemban tugas-tugas kepolisian di seluruh wilayah Indonesia. Kepolisian merupakan salah satu institusi negara yang terdepan sebagai penjaga keamanan masyarakat. Peran polisi saat ini adalah sebagai pemelihara Kamtibmas juga sebagai aparat penegak hukum dalam masyarakat yang berkaitan dengan hukum Pidana. Karena itu, polisi dituntut untuk mampu melaksanakan tugasnya secara profesional.

Polres Metro Tangerang Kota adalah instansi kepolisian negara yang berada di wilayah Daerah Tingkat II Propinsi Jawa Barat. Polres Metro Tangerang Kota didirikan pada tanggal 28 Desember 1952 yang berkantor di wilayah Kota Tangerang. Hingga sekarang, Polres Metro Tangerang Kota sudah mengalami 45 kali pergantian Kapolres. Seperti halnya instansi publik lainnya, dalam Polres Metro Tangerang Kota terdapat sub

bagian humas yang berfungsi meningkatkan citra instansi.

Kehidupan kerja institusi kepolisian sangat berkaitan dengan beragam kelompok masyarakat, menjaga hak warga negara, dan menjaga ketertiban umum. Melihat lingkup kerja tersebut, sendi-sendi *public relations* atau humas jelas sangat melekat dengan lembaga polisi. Divisi yang berkaitan dengan humas menjadi jembatan antara institusi kepolisian dengan institusi lainnya, pers, dan warga. Institusi kepolisian membutuhkan konsep *Public Relations* atau humas untuk mendengar, memahami, dan memberikan respons terbaik terhadap berbagai kepentingan di lingkup kerja.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Media Relations Humas Polres Metro Tangerang Kota untuk Membangun Citra Positif Pada Media”**.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, maka penulis memfokuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *Media Relations* Humas Polres Metro Tangerang Kota dalam menjalin hubungan dengan media atau pers ?
2. Apa yang menjadi tantangan atau hambatan dalam membangun hubungan dengan media bagi Humas Polres Metro Tangerang Kota ?

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki fokus tujuan pada upaya untuk mendapatkan penjelasan kajian studi mengenai:

1. Pelaksanaan strategi – strategi *Media Relations* Humas Polres Metro Tangerang Kota dalam menjalin hubungan dengan media atau pers.
2. Tantangan atau hambatan yang dihadapi dalam membangun hubungan dengan media atau pers bagi Humas Polres Metro Tangerang Kota.

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Manfaat Teoritis

1. Mengembangkan teori di bidang ilmu komunikasi khususnya bidang

kehumasan.

2. Dapat dijadikan panduan atau perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian dengan topik yang sama

1.3.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan masukan bagi pihak Humas Polres Metro Tangerang Kota untuk meningkatkan hubungan baik antara humas dan media serta masyarakat dalam rangka meningkatkan citra positif Polres Metro Tangerang.
2. Memberikan manfaat perluasan pengetahuan bagi peneliti serta memberikan pengalaman secara langsung tentang fakta di lapangan dengan teori yang telah diperoleh selama belajar di perkuliahan.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab satu berisi latar belakang timbulnya masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisi uraian tentang konsep dan teori yang relevan dengan permasalahan, operasionalisasi konsep berisi kesimpulan – kesimpulan konsep dengan pendekatan kualitatif, kerangka pemikirin gambaran konsep yang dipelajari dalam tinjauan pustaka untuk menjawab masalah penelitian dan hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi desain penelitian tentang model dasar yang digunakan untuk menjawab masalah, sumber data penelitian, bahan penelitian dan unit analisis yang digunakan, teknik pengumpulan data, instrumen dan yang terakhir adalah teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab empat berisi subjek penelitian yang membantu memberikan pemahaman tentang hasil penelitian yang diperoleh, hasil penelitian dan yang terakhir adalah pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi kesimpulan yaitu uraian singkat yang memberi gambaran kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian, dan saran – saran yang berisi solusi konseptual untuk perkembangan perusahaan tempat penulis mengadakan penilitan.