



Strategi Divisi Humas Mabes Polri dalam Upaya Mengembangkan

Relasi dengan Media Periode Tahun 2011-2013

Oleh:

Andri Dwi Nurdyantoro

ABSTRAK

Organisasi penegak hukum seperti Polri mungkin mengalami kesulitan dalam menghadapi media massa. Buruknya komunikasi polisi dan media sering berujung pada kesalahpahaman, sering sekali karena satu pihak tidak sepenuhnya menghargai tugas pihak lainnya. Tidak adanya saling pengertian antara kedua belah pihak dalam menjalankan profesinya masing-masing dapat menumbuhkan saling kecurigaan. Era reformasi telah bergulir, Polri telah menjadi organisasi sipil. Dukungan Undang-undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik telah disahkan, dan media dijamin haknya dalam undang-undang pers. Pada saat ini, Polri mulai membangun hubungan baik dengan media massa, baik elektronik maupun cetak dalam rangka membangun kesepemahaman untuk mewujudkan opini positif Polri. Namun dalam implementasinya, hubungan Polri dengan media massa belum terjalin dengan mantap, mengingat masih adanya berbagai ketidaktepatan dalam pemberitaan dan pelayanan.

Tujuan dari penelitian ini untuk memahami secara komprehensif bagaimana sebuah organisasi khas (sipil-militer) seperti Polri dalam mengembangkan relasi dengan media massa. Sedangkan objek penelitian ini adalah praktik strategi yang dikembangkan Polri dalam mengembangkan relasi dengan media massa. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dengan menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya melalui aktifitas-aktifitas Humas Polri dalam mengembangkan relasi dengan media.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Divisi Humas Polri terlibat dalam beberapa kegiatan dalam rangka memperbaiki manajemen internal guna memperlancar hubungan baik dengan media dalam hal informasi. Div.Humas Polri telah Proaktif dalam mengembangkan relasi dengan media (*media relations*) khususnya pada tahun 2011-2013 melalui strategi “grand strategi” yang masuk dalam tahap ke II tahun 2010-2014 (*partnership building*). Melalui grand strategi ini Div.Humas Polri berusaha memperbaiki dari sektor pelayanan dengan mengembangkan strukturnya, cara pandang kepada media, dan membentuk beberapa forum yang melibatkan media massa serta relasi interdivisi yang belum optimal.

Kata Kunci: Polri dan media, strategi, *Media Relations*.

ABSTRACK

Law-related organization like Polri may get difficulty in facing mass media. Unfortunately, bad communication between police officer and media even ends on misunderstanding. They do not really understand each other's duty so that they could not appreciate each other's duty. The problem causes distrust between them. Since the reformation era, Polri became a civil organization, the right of media is supported in the act of pers, and public information openness is stated in the act number 14 year 2008. Polri tries to create a good relationship with mass media, either electronic media or print media, in order to build understanding between them, so that Polri could get positive opinion from society. Nevertheless, in fact, the relationship between polri and media has not well created yet as there are still various discorectness in delivering information and news.

The purpose of this research is to comprehensively understand how a particular organization (civil-military) like Polri develops media relations. The object of the research is the practice of strategy created by Polri in developing media relations. This qualitative research required case study method to explain the phenomena by collecting a comprehensive data from the activities done by public relations division of Polri regarding the development of media relations.

The result of research shows that public relations division of Polri is involved in various activities within the internal management in order to create a good relationship with media due to the public information openness. The public relations division of Polri has proactively developed media relations, particularly during 2011 to 2013 through the grand strategy which is included in second stage (2010 to 2014) or partnership building stage. Through the grand strategy, public relations division of Polri tries to maintain service sector by developing its structure and point of view to media, and creating some forums which involve mass media and interdivision relationship.

Keywords: Polri and media, strategy, media relations