

**AKTIVITAS MEDIA RELATIONS PADA BIDA BIDANG  
HUMAS KEPOLISIAN DAERAH GORONTALO**

oleh

**ALDIYANSAH KUICE**

**NIM.S2218037**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian

Guna Memperoleh Gelar Sarjana



**PROGRAM STRATA SATU (S1)  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO  
TAHUN 2022**

## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

### AKTIVITAS MEDIA RELATIONS PADA BIDANG HUMAS KEPOLISIAN DAERAH GORONTALO

Oleh:

ALDIYANSAH KUICE

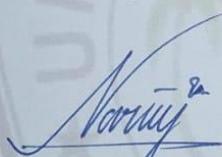
NIM: S2218037

### SKRIPSI

Telah disetujui dan siap untuk diseminarkan

Gorontalo, 31 Mei 2022

Pembimbing I

  
Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si  
NIDN: 0922047803

Pembimbing II

  
Rusli, S.Psi., M.I.Kom  
NIDN: 0929049204

Mengetahui,



## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

### AKTIVITAS MEDIA RELATIONS PADA BIDANG HUMAS KEPOLISIAN DAERAH GORONTALO

Oleh:

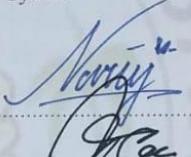
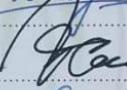
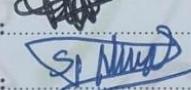
ALDIYANSAH KUICE

NIM: S2218037

### SKRIPSI

Telah Dipertahankan dihadapan Penguji  
Pada Tanggal 31 Mei 2022  
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

#### Komisi Penguji :

- |  |   |  |
|--|---|--|
| 1. Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si           | : |   |
| 2. Rusli, S.Psi.,M.I.Kom                 | : |  |
| 3. Dr. Moch. Sakir, S.Sos.,S.I.Pem.,M.Si | : |  |
| 4. Dwi Ratnasari, S.Sos.,M.I.Kom         | : |  |
| 5. Dra. Salma P. Nua, M.Pd               | : |  |

Mengetahui :



ii



## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana) bain di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan peneliti saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Gorontalo, 28 Mei 2022

Vero membuat pernyataan ini  
  
Aldiyansah Kuice  
Nim. S2218037

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**MOTTO :**

TIDAK ADA KESUKSESAN TANPA KERJA KERAS, TIDAK ADA KEBERHASILAN TANPA KEBERSAMAAN. TIDAK ADA KEMUDAHAN TANPA DOA.

PERSEMBAHAN :

*Bismillahirrahmanirrahim*

Kuolah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima. Orang tua pun bahagia....

Karya ini kupersembahkan teruntuk : Orang tua tercinta ayah Sahrin Kuice dan ibu Kismawati Karim yang selalu menuntunku hingga saat ini dan menjadi penutan dalam hidupku.

Tak lupa pula saya persembahkan untuk kekasih saya Fatmawati Malingkonor dan teman-teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2018

***ABSTRACT***

**ALDIYANSAH KUICE. S2118037. MEDIA RELATIONS ACTIVITIES AT THE PUBLIC RELATIONS DEVISION OF GORONTALO REGIONAL POLICE**

*This study aims to know the Public Relations activities of the Gorontalo Regional Police in carrying out media relations. This study takes place in the Public Relations Department of the Gorontalo Regional Police. The method used in this study is a qualitative research method. Its informants are obtained intentionally (purposive). Data collection is through observation, in-depth interviews with informants, documentation, and literature studies. The data analysis technique employs Miles and Huberman following the stages of data collection, data reduction, data display, and conclusion/drawing verification. The results of the study indicate that media relations activities carried out by the Gorontalo Regional Police Public Relations (Polda) cover Press Conferences conducted due to certain circumstances considered important to be informed and clarified to the public. Press Releases activity is carried out to inform the public of a thing or event. Press Briefing is done by inviting the media or press to coordinate information or news for the public. Special Events are usually held at certain times and involve the media or the press. Press Interviews activity is committed if there are events, situations, or issues to explain in more depth to the community.*

*Keywords:*      activities,      public      relations,      media      relations



## **ABSTRAK**

### **ALDIYANSAH KUICE. S2118037. AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* PADA BIDANG HUMAS KEPOLISIAN DAERAH GORONTALO**

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui Aktifitas Humas Kepolisian Daerah Gorontalo dalam menjalankan media relations. Penelitian ini dilakukan di bagian Humas Kepolisian Daerah Gorontalo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Informan penelitian diperoleh secara sengaja (purposive). Pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara mendalam dengan para informan, serta kajian dokumen dan literatur. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari tahapan data collection, data reduction, data display, dan conclusion/drawing verification. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aktivitas media relations yang dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo yaitu Press Conference yang dilakukan ketika ada situasi dan kondisi tertentu yang penting untuk diberitakan dan diklarifikasi kepada masyarakat, Press Release yang dilakukan untuk menginformasikan suatu hal atau peristiwa kepada masyarakat, Press Briefing yang dilakukan dengan mengundang pihak media atau pers untuk melakukan koordinasi mengenai informasi atau berita yang akan dipublikasikan kepada masyarakat, Special Event yang biasanya diadakan pada waktu-waktu tertentu dan melibatkan media atau pers, dan Wawancara Pers dilakukan apabila ada peristiwa, situasi atau isu-isu yang perlu untuk dijelaskan secara lebih mendalam kepada masyarakat.

Kata kunci: aktifitas, humas, *media relations*



## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan sepenuh hati peneliti memanjatkan puji & syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal dengan judul “ Aktivitas Media Relations Pada Bidang Humas Kepolisian Daerah Gorontalo” sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta’ala dapat memberikan tuntutan dan bimbingan guna kesempurnaan dalam penelitian ini sampai dengan tahap akhir pada penyusunan skripsi.

Penulis selama menjalani studi dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu melalui kesempatan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ayah Sahrin Kuice dan Ibu Kismawati Karim yang selalu memberi dukungan lahir batin.
2. Rektor Universitas Ikhsan Gorontalo Bapak Dr. Abdul Gaffar La Tjokke, M.Si
3. Ibu Dr. Juriko Abdussamad, M.Si selaku ketua yayasan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (YPIPT) Universitas Ichsan Gorontalo.
4. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo Bapak Dr. Arman, S.Sos., M.Si
5. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo sekaligus pembimbing I Ibu Minarni

Tolapa, S.Sos., M.Si yang telah meluangkan banyak waktu dan perhatiannya sehingga dalam memberikan perhatiannya sehingga akhirnya penulisan penyusunan proposal penelitian ini dapat di selesaikan.

6. Rusli, S.Psi, M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah memberikan saran-saran dan motivasi kepada penulis dalam hal perbaikan penyusunan skripsi penelitian ini
7. Bapak dan Ibu dosen fakultas ilmu sosial dan ilmu politik di universitas ichsan gorontalo yang telah membantu, yang saya tidak dapat sebut satu persatu

Penulis sangat menyadari bahwa banyak ketidak sempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang konsruktif dami kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, saya berharap semoga usulan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi calon peneliti dan pembaca pada umumnya.

Gorontalo, Mei 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

### **HALAMAN JUDUL**

<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>

### **BAB I PENDAHULUAN .....** **1**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....** **8**

2.1 Pengertian Komunikasi .....	8
2.2 Komunikasi Organisasi.....	11
2.3 Humas (Hubungan Masyarakat .....	15
2.4 Fungsi dan Tujuan Humas .....	18
2.5 Media Relations .....	19
2.6 Prinsip Kerja Media Relations.....	20
2.7 Bentuk - bentuk Kegiatan Media Relations.....	22
2.8 Kerangka Pikir .....	25

### **BAB III METODE PENELITIAN .....** **27**

3.1 Obyek Penelitian .....	27
3.2 Desain Penelitian .....	27
3.3 Fokus Penelitian .....	27
3.4 Informan Penelitian .....	27
3.5 Sumber Data .....	28
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	28
3.7 Teknik Analisis Data .....	29

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....** **32**

4.1 Gambaran umum lokasi penelitian.....	32
4.2 Hasil penelitian .....	32
4.3 Pembahasan .....	40

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>45</b>
7.1 Kesimpulan .....	45
7.2 Saran.....	45

**DAFTAR PUSTAKA**

**LEMBAR KONSULTASI**

**PEDOMAN WAWANCARA**

**LAMPIRAN DOKUMENTASI**

**SURAT IJIN PENELITIAN LEMLIT**

**SURAT REKOMENDASI DARI LOKASI**

**HASIL TURNITIN**

**BIODATA MAHASISWA**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan bagian penting dalam sebuah lembaga atau organisasi. Interaksi antara orang-orang maupun komponen-komponen yang terdapat dalam organisasi terjadi melalui aktivitas komunikasi. Komunikasi merupakan sistem yang menghubungkan antara orang-orang, maupun antara bagian-bagian dalam organisasi. Oleh karena itu, dalam sebuah organisasi, proses yang berjalan di dalamnya tidak akan terlepas dari aktivitas komunikasi.

Oleh karena itu, dalam sebuah organisasi ataupun lembaga peran komunikasi sangat penting untuk dilakukan. Sebab komunikasi merupakan usaha untuk mengatur hubungan antara atasan dengan bawahan maupun antara sesama karyawan dalam lingkup komunikasi internal, serta untuk mengatur hubungan antara pihak organisasi dengan pihak luar dalam lingkup komunikasi eksternal.

Salah satu bagian atau dimensi dalam struktur organisasi baik kemasyarakatan maupun usaha yang memiliki keterkaitan yang erat dengan aktivitas komunikasi baik internal maupun eksternal adalah bagian Humas (Hubungan Masyarakat) atau sering juga diistilahkan dengan *Public Relations*.

Humas atau *Public Relations* merupakan salah satu bidang kajian dalam ilmu komunikasi dimana memfokuskan pada upaya tumbuhnya saling penegrtian dan juga kerja sama diantara pihak lembaga, institusi atau organisasi dengan publiknya. Humas juga sebagai representasi atau wakil dari lembaga atau

organisasi dalam membangun komunikasi dengan publik yang memiliki tujuan untuk menciptakan hubungan yang baik diantara lembaga atau organisasi dengan publik mereka.

Humas atau *Public Relations* adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat. Selain itu, humas atau public relations bertujuan untuk menciptakan citra positif organisasi/perusahaan kepada publik (masyarakat). Citra organisasi/perusahaan yang positif dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan meningkatkan kreativitasnya bahkan memberikan manfaat lebih bagi orang lain. Berbagai permasalahan yang timbul tersebut dapat diselesaikan dengan upaya Humas atau PR agar keselarasan, saling pengertian, dan kepercayaan publik terhadap organisasi/perusahaan tetap dapat terpelihara.

F. Rachmadi (dalam Soemirat dan Ardianto, 2005 : 6) menyebutkan bahwa “masalah penting yang dihadapi oleh lembaga-lembaga ekonomi, bisnis, sosial dan politik setelah terjadinya revolusi industri adalah masalah hubungan (*relationship*). Permasalahan berkisar pada pertanyaan bagaimana membangun dan mengembangkan hubungan-hubungan yang baik antara lembaga-lembaga tersebut dengan masyarakat (publik) demi tercapainya tujuan lembaga/organisasi. Ketergantungan yang terjadi diantara individu dengan lembaga, dan pemerintah dengan lembaga atau organisasi sosial telah mendorong hadirnya kebutuhan terhadap fungsi baru dalam manajemen. Fungsi tersebutlah yang kemudian disebut dengan Hubungan Masyarakat”.

Kebutuhan akan perlunya peningkatan hubungan kerja sama yang terjadi diantara lembaga atau organisasi dengan public tentunya bukan suatu hal yang baru. Lembaga dengan public sama-sama mendapatkan kepuasan dari sisi material, dan sosial. Pimpinan lembaga atau organisasi juga akan memiliki kesadaran yang lebih terhadap pentingnya keberadaan publik bagi mereka.

Salah satu publik dari sebuah organisasi atau lembaga yang perlu untuk dijaga hubungan baiknya adalah media dalam hal ini media massa atau pers. Menjalin dan membangun hubungan baik dengan media merupakan hal yang penting bagi seorang Humas atau PR. Sebab media merupakan sarana publikasi yang cukup efektif. Di mana segala informasi tentang organisasi atau lembaga dipublikasikan. Selain itu media juga merupakan sarana untuk membangun reputasi.

Saat ini media merupakan acuan publik untuk bersikap dan berpendapat. Dengan kata lain, media cenderung menggiring publik untuk bersikap dan berperilaku sesuai dengan isu yang dikembangkan oleh media. Jika media menggiring publik ke arah yang negatif maka situasi ini akan membawa dampak yang kurang menguntungkan bagi perusahaan, karena dapat mempengaruhi reputasi organisasi atau perusahaan kearah yang negating. Sebaliknya jika media menggiring publik ke arah yang positif maka akan meningkatkan reputasi lembaga atau perusahaan. Oleh karenanya penting sekali bagi humas atau PR organisasi atau perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik dan harmonis dengan media. Begitu pula halnya dengan Kepolisian daerah Gorontalo yang merupakan salah satu lembaga organisasi pemerintah.

Kepolisian Daerah Gorontalo atau biasa disebutkan juga dengan Polda Gorontalo merupakan perpanjangan tangan pelaksana tugas kepolisian Negara Republik Indonesia di wilayah Provinsi Gorontalo. Polda Gorontalo bertanggung jawab terhadap keamanan dan ketertiban masyarakat di wilayah Provinsi Gorontalo.

Memegang tanggung jawab yang dapat dikatakan tidak mudah tersebut, menuntut Kepolisian daerah Gorontalo untuk senantiasa melakukan pemberian di berbagai bidang dalam lembaganya. Mengingat keamanan dan ketertiban masyarakat menjadi salah satu hal yang penting dalam suatu wilayah. Masyarakat yang aman dan tertib di suatu wilayah tentu akan mempermudah berjalannya pengelolaan di segala bidang untuk tercapainya masyarakat yang sejahtera.

Namun akhir-akhir ini situasi dan kondisi yang terjadi sehubungan dengan eksistensi kepolisian cukup memberikan sedikit keprihatinan Hal ini terlihat dari terjadinya beberapa peristiwa yang menyebabkan menurunnya kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap institusi kepolisian. Bahkan saat ini muncul tagar dengan kalimat #percumalaporpolisi yang menjadi trending di kalangan masyarakat.

Situasi dan kondisi seperti yang dipaparkan di atas cukup memberikan dampak yang kurang baik atau negatif terhadap citra kepolisian. Hal ini tidak hanya membawa dampak pada institusi kepolisian secara umum, tetapi juga sampai pada institusi kepolisian di tingkat daerah termasuk kepolisian daerah Gorontalo yang juga terkena dampaknya.

Penilaian yang cenderung negatif ini tentunya akan berakibat pada semakin menurunnya ekspektasi masyarakat terhadap eksistensi Kepolisian daerah Gorontalo sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat di wilayah Gorontalo. Semakin berkurangnya ekspektasi masyarakat terhadap Kepolisian daerah Gorontalo akan berdampak pada reputasi dan citra Kepolisian daerah Gorontalo di mata masyarakat.

Hal ini tentu merupakan salah satu tugas bagi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo agar reputasi dan citra lembaga mereka tidak menjadi negatif dengan situasi dan kondisi sebagaimana yang telah dipaparkan di atas. Salah satu langkah yang dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo adalah dengan menjalankan aktivitas media relations. Bagi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo media massa mempunyai peranan penting dalam penyebaran informasi/ berita kepada masyarakat dan dalam pembentukan pendapat umum. Informasi yang terdapat di media massa umumnya memiliki kredibilitas tinggi dalam penilaian masyarakat, sehingga masyarakat sebagai salah satu bagian dari publik akan menganggap informasi tersebut sebagai suatu kebenaran.

Terkait dengan hal- hal diatas, maka Kepolisian Daerah Gorontalo membutuhkan media massa dalam menyampaikan informasi ke khalayak luas dan berharap publikasi yang dilakukan tersebut akan membangun persepsi dan opini yang positif dari masyarakat sebagai publik. Dengan demikian opini positif tersebut tentu akan dapat berdampak positif pula pada reputasi Kepolisian Daerah Gorontalo sebagai pelaksana tugas-tugas kepolisian negara di wilayah provinsi Gorontalo

Berdasarkan uraian pemaparan masalah di atas, maka penulis mencoba untuk meneliti lebih lanjut mengenai aktivitas yang dilakukan oleh Humas pada organisasi tersebut dalam menjalankan media relations dengan mengangkat judul “Aktivitas Media Relations Pada Bidang Humas Kepolisian Daerah Gorontalo”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana Aktivitas Humas Kepolisian Daerah Gorontalo dalam menjalankan media relations ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Aktivitas Humas Kepolisian Daerah Gorontalo dalam menjalankan media relations.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan bidang ilmu komunikasi baik dalam teori maupun aplikasinya terutama teori yang menyangkut ilmu Humas atau Public Relations.

#### **2. Manfaat praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan berupa informasi kepada pihak yang berkepentingan, dalam hal ini Kepolisian Daerah Gorontalo

agar dapat melaksanakan aktivitas Humas dengan baik dan tepat dalam menjalankan media relations.

### 3. Manfaat bagi peneliti

Menerapkan ilmu yang didapatkan dibangku kuliah dan sebagai bahan masukan bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian selanjutnya tentang masalah Humas dalam bidang ilmu komunikasi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak pernah lepas dari kehidupan manusia. Ketika manusia sendirian maupun ketika bersama dengan orang lain selalu melakukan kegiatan komunikasi. Manusia selalu terlibat dalam kegiatan menyampaikan pesan dan menterjemahkan pesan.

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Wilbur Schramm (dalam Cangara, 2012 : 1) menyebutkan bahwa “komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi”.

Istilah komunikasi berasal dari kata *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Komunikasi akan terjadi secara efektif apabila setiap orang yang terlibat dalam suatu kegiatan komunikasi dapat menyerap makna yang sama dari suatu pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi tersebut. Jika hal ini tidak terjadi maka komunikasi tidak akan berlangsung dengan baik. Tidak akan terjadi saling pengertian satu dengan yang lainnya.

Mulyana (2007 : 67) mengemukakan bahwa komunikasi dapat dipandang dari tiga perspektif sebagai berikut :

1. Komunikasi Sebagai Tindakan satu Arah

Komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan dari seseorang baik secara langsung melalui tatap muka ataupun tidak langsung melalui suatu media seperti surat, surat kabar, majalah, radio ataupun televisi.

Dalam perspektif ini komunikasi dianggap sebagai tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuknya untuk melakukan sesuatu. Perspektif komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif.

## 2. Komunikasi Sebagai Interaksi

Komunikasi diartikan sebagai suatu proses sebab akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan baik verbal maupun non verbal, kemudian seorang penerima bereaksi dengan memberikan jawaban verbal atau menganggukkan kepala.

Komunikasi sebagai interaksi dipandang sedikit lebih dinamis daripada komunikasi sebagai tindakan satu arah. Namun perspektif kedua ini masih membedakan para peserta komunikasi sebagai pengirim dan penerima pesan, dan masih tetap berorientasi pada sumber meskipun kedua peran tersebut bergantian.

Salah satu unsur yang dapat ditambahkan dalam perspektif ini adalah umpan balik (feed back), yakni apa yang disampaikan penerima pesan kepada sumber pesan, yang sekaligus digunakan sumber pesan sebagai petunjuk mengenai efektivitas pesan yang disampaikan sebelumnya. Berdasarkan

umpulan balik tersebut, sumber dapat mengubah pesan selanjutnya agar sesuai dengan tujuannya.

### 3. Komunikasi Sebagai Transaksi

Komunikasi dalam perspektif ini merupakan suatu proses yang bersifat personal karena makna dan pemahaman yang diperoleh pada dasarnya bersifat pribadi. Penafsiran atas suatu informasi dalam suatu peristiwa komunikasi baik verbal maupun nonverbal bisa sangat bervariasi.

Berdasarkan perspektif ini, orang-orang yang berkomunikasi adalah komunikator-komunikator yang aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Setiap pihak dianggap sumber dan sekaligus juga penerima pesan. Setiap saat mereka bertukar pesan verbal dan nonverbal.

Kemudian Ruben (dalam Zuhdi, 2011 : 4) mengemukakan bahwa komunikasi adalah “Suatu proses koordinasi yang dilakukan oleh individu dengan lingkungannya (kelompok, organisasi, masyarakat) dengan cara menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi”.

Menurut Cangara (2012 : 11) terdapat beberapa alasan yang mendorong perlunya komunikasi dipelajari adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi yang baik dengan orang lain akan membantu seseorang mempermudah mendapatkan rezeki, sahabat, dan pelanggan. Dengan komunikasi yang baik seorang karyawan akan mudah mendapatkan promosi dari pimpinannya pada jenjang yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak bisa berkomunikasi dengan baik.

2. Semakin banyak orang yang tidak mengenal etika dalam berkomunikasi. Dalam menyampaikan pendapat atau somasi seenaknya mengucapkan kata-kata yang bisa menyinggung perasaan orang lain sehingga memutuskan silaturrahmi atau hubungan kemanusiaan mereka.
3. Dengan mengetahui konsep teori, dan dasar-dasar praktik yang baik, seseorang bisa menjadi pekerja komunikasi yang terampil dan profesional dalam melaksanakan tugas-tugas yang diembannya.
4. Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat memaksa orang harus mendapatkan pengetahuan dan keterampilan baru terutama dalam bidang komputer, animasi gambar dan internet. Jika tidak, ia akan ketinggalan dan sulit mendapatkan lapangan kerja yang sesuai dengan perkembangan.

Lebih lanjut Everett M. Rogers membuat definisi tentang komunikasi sebagai berikut :

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka” (Cangara, 2012 : 22).

Dari pendapat-pendapat yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk perubahan perilaku.

## 2.2 Komunikasi Organisasi

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam pengelolaan sebuah organisasi. Komunikasi sangat penting untuk menjalin hubungan dan kerja sama

baik antara individu yang terdapat dalam organisasi maupun antara individu dengan organisasi. Komunikasi berperan penting dalam pencapaian tujuan organisasi. Komunikasi yang terjadi antara orang-orang di dalam organisasi disebut komunikasi internal. Sedangkan Komunikasi yang terjadi antara organisasi dengan pihak luar disebut komunikasi eksternal. Masing-masing organisasi akan memilih caranya sendiri untuk menyampaikan informasi.

Terdapat beragam pendapat para ahli mengenai komunikasi organisasi. Berikut ini adalah beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli mengenai komunikasi organisasi.

Pace & Faules (2010 : 31) mengemukakan bahwa komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai “pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu”.

Kemudian Katz dan Kahn (Muhammad, 2004 : 65) mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi, dan pertukaran arti dalam suatu organisasi dan merubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.

Goldhaber dalam Muhammad (2004 : 67) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut, “*Organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk

mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian.

Berikutnya pendapat yang dikemukakan oleh Redding dan Sanborn dalam Muhammad (2004 : 65) yang menyatakan bahwa “komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi upward atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program”.

Zelko dan Dance (Muhammad, 2004: 66) mengemukakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatnya. Sedangkan komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya, seperti komunikasi dalam penjualan hasil produksi, pembuatan iklan, dan hubungan dengan masyarakat umum.

Dari berbagai pendapat ahli sebagaimana telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan yang terjadi dalam suatu organisasi.

Komunikasi memiliki beberapa fungsi dalam organisasi. Menurut Dewi (2007 : 23) apapun bentuk organisasinya, komunikasi akan berfungsi sebagai berikut :

1. Informatif

Pimpinan dan anggota organisasi membutuhkan banyak sekali informasi untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka. Informasi tersebut berkaitan dengan upaya organisasi untuk mencapai tujuannya.

2. Pengendalian

Komunikasi berfungsi sebagai pengatur dan pengendali organisasi. Komunikasi dalam hal ini berupa peraturan, prosedur, perintah dan laporan

3. Persuasif

Komunikasi berfungsi mengajak orang lain mengikuti atau menjalankan ide/gagasan atau tugas

4. Integratif

Dengan adanya komunikasi, organisasi yang terbagi menjadi beberapa bagian atau departemen akan tetap merupakan satu kesatuan yang utuh dan terpadu.

### **2.3 Humas (Hubungan Masyarakat)**

Hubungan Masyarakat atau diistilahkan juga dengan Public Relations adalah satu bagian penting dalam sebuah lembaga atau organisasi dalam membangun komunikasi yang baik dengan publik mereka. Hubungan Masyarakat tidak terlepas dari upaya membangun komunikasi efektif dengan publik bertujuan untuk membangun citra atau image positif dari publik mereka terhadap lembaga atau organisasi.

Saat ini fungsi dan peran Humas atau Public Relations semakin dibutuhkan. Sebagian besar diantara lembaga atau organisasi saat ini memiliki Humas atau Public Relations. Keberadaan Humas atau PR dalam lembaga tersebut cukup strategis. Humas atau Pr ini memiliki peran dan fungsi didalam tugas mereka sebagai penghubung antara lembaga atau organisasi dengan publik mereka.

Aktivitas Humas dalam sebuah lembaga atau organisasi adalah suatu hal yang penting, disebabkan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh Humas bisa menimbulkan kesan dan persepsi yang baik bagi publik. Hal tersebut tentunya merupakan investasi yang sifatnya jangka panjang bagi lembaga atau institusi. Oleh karena itu jika kesan yang baik tersebut tetap berada didalam penilaian serta opini publik, maka tentu akan memberikan dampak yang positif terhadap citra atau image lembaga di mata publiknya. Sehingga hal itu tentunya akan semakin meningkatkan kepercayaan serta dukungan publik terhadap lembaga atau organisasi.

Pada hakikatnya Humas atau Public Relations adalah kegiatan komunikasi, kendati agak lain dengan kegiatan komunikasi lainnya. Rachmadi (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 11) menyebutkan bahwa “PR (Humas) adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi/perusahaan dalam melaksanakan fungsi manajemen”.

Hubungan Masyarakat ( Humas) berfungsi untuk membina hubungan baik antar seluruh komponen suatu lembaga atau organisasi/perusahaan agar dapat memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk membina dan mengembangkan itikad baik publik dan memperoleh opini publik yang baik untuk menciptakan citra positif dari publik atau masyarakat dan untuk membangun kerjasama yang didasarkan pada hubungan baik dengan publik tersebut.

Griswold dalam Danandjaya (2011 : 16) menyatakan bahwa “PR (Humas) adalah suatu fungsi manajeman yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijakan dan prosedur dari seorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik, merencanakan dan menjalankan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh publik”.

Kemudian Cutlip & Center (dalam Danandjaya, 2011 : 16 ) mendefinisikan Humas atau PR sebagai berikut. *“Public Relations is the continuing process by with management endeavours to obtain goodwill and understanding of its costumer, its employees and the public large, in wardly throught self analysis and corrections. Out wardly throught all means of expression* (Humas adalah proses

yang berkelanjutan dengan upaya manajemen untuk memperoleh itikad baik dan pengertian dari pelanggannya, karyawannya dan masyarakat luas, dengan cara melalui analisis dan koreksi diri. Dengan hati-hati memikirkan segala cara untuk berekspresi)”.

J.C. Seidel (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 12) mengemukakan bahwa “PR adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari pelanggan, pegawai dan publik yang lebih luas. Ke dalam mengadakan analisis dan perbaikan diri sendiri, sedangkan keluar memberikan pernyataan-pernyataan”.

Selanjutnya menurut Howard Bonham (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 13), “PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan”.

Lebih lanjut Philip Lesly (dalam Danandjaya, 2011 : 17) mengemukakan definisi Public Relations sebagai berikut. “Public Relations as helping a organizations and its publics adapt mutually to each other”.

(Public Relations membantu organisasi dan publiknya untuk saling menyesuaikan antara satu dengan lainnya).

Berdasarkan pendapat ahli sebagaimana telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa Humas atau Public Relation adalah bagian dari fungsi manajemen yang membantu membangun dan memelihara hubungan yang

mendukung terbentuknya saling pengertian, keterbukaan dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya.

#### **2.4 Fungsi dan Tujuan Humas**

Canfield dalam Danandjaya (2011 : 19) mengemukakan fungsi Humas atau Public Relations harus mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Mengabdi kepada kepentingan publik
2. Memelihara komunikasi yang baik
3. Kegiatan Public Relations itu ketika menjalankan fungsinya harus menitik beratkan kepada moral dan tingkah laku yang baik.

Lebih lanjut Effendy ( 2006 : 36 ) merumuskan fungsi Humas adalah sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik intern maupun ekstern
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum

Selanjutnya adalah tujuan Humas atau Public Relations. Dalam menguraikan tujuan dari PR ini, terdapat pembagian tujuan berdasarkan kegiatan atau aktivitas Humas/PR sebagai berikut (Danandjaya, 2011 : 22).

1. Tujuan berdasarkan kegiatan internal Public Relations

1. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap, tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan
  2. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan
  3. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat obyektif
  4. Merencanakan penyusunan suatu staf yang seefektif bagi penugasan yang bersifat internal Public Relations
2. Tujuan berdasarkan kegiatan eksternal Public Relations
  1. Memperluas langganan atau pemasaran
  2. Memperkenalkan suatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi publik dalam arti luas
  3. Mencari dan mengembangkan modal
  4. Memperbaiki citra perusahaan terhadap pendapat masyarakat luas, guna mendapatkan opini publik yang positif.

## 2.5 Media Relations

Media relations menempati posisi penting dalam pekerjaan seorang Public Relations. Hal ini disebabkan karena media massa menjadi pihak yang mengendalikan informasi yang mengalir ke masyarakat dalam suatu sistem sosial.

Media realtions adalah hubungan dengan pers atau media massa. Media massa atau pers yang dimaksud di sini adalah mencakup semua media penyiaran yang ada seperti televise, radio, surat kabar, internet dan yang lainnya.

Lesly dalam Darmastuti ( 2012 : 42 ) menyatakan pendapat bahwa “media relations merupakan kegiatan yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi”.

Berikutnya Frans Jefkins ( Darmastuti 2012 : 42 ) mengemukakan definisi media relations sebagai berikut, “Media ralations atau sering disebut juga dengan hubungan pers adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan”.

Selanjutnya pendapat yang dikemukakan oleh Soemirat dan Ardianto ( 2015 : 121 ) yang mengemukakan konsep media relations adalah hubungan pers yaitu membina hubungan baik dengan kalangan pers atau media massa yang mengelola media cetak ( surat kabar dan majalah ) dan media elektronik ( televisi dan radio ).

Berdasarkan uraian konsep dan definisi media relations sebagaimana yang dikemukakan oleh para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media relations adalah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Public Relations atau Humas untuk membina hubungan yang baik dan harmonis dengan pers atau media massa yang meliputi media cetak dan media elektronik.

## **2.6 Prinsip Kerja Media Relations**

Kegiatan media relations akan membawa efek yang sangat besar apabila dilakukan dengan menggunakan prinsip kerja yang tepat. Frank Jefkins dalam Darmastuti ( 2012 : 45 ) mengemukakan beberapa prinsip kerja yang perlu

diperhatikan Public Relations atau Humas organisasi dan perusahaan dalam menyelenggarakan media relations yang baik.

1. Memahami dan melayani media setia saat

Memahami dan melayani media ini dapat dilakukan dengan cara memahami siapa dan bagaimana media massa itu.

Ada media yang sangat menonjol dan sangat kuat sehingga membawa pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan masyarakat. Tetapi sebaliknya ada media massa yang biasa saja, bahkan tidak menonjol sama sekali sehingga tidak membawa pengaruh dalam kehidupan masyarakat.

Selain memahami media massa, seorang Public Relations juga harus melayani media. Maksudnya adalah seorang Public Relations harus menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh media massa dan selalu siap ketika media massa membutuhkan informasi tersebut.

2. Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media

Pada bagian ini, seorang Public Relations harus siap menyediakan dan memasok materi-materi yang akurat di mana saja dan kapan saja. Hanya dengan cara inilah seorang Public Reations akan dinilai sebagai suatu sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya oleh wartawan. Berdasarkan fakta di atas, komunikasi timbal balik yang saling menguntungkan akan lebih mudah diciptakan dan dipelihara.

3. Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat

Yang dimaksud menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat adalah menyediakan reproduksi foto-foto yang baik dan menarik serta jelas.

Pada era teknologi komunikasi saat ini, input langsung melalui komputer akan memudahkan pekerjaan wartawan dan pekerja media. Teknologi komunikasi yang semakin maju ini memudahkan mereka untuk mengoreksi dan menyusun ulang dari suatu terbitan, seperti siaran berita atau news release. Perkembangan teknologi juga membantu dalam penyediaan salinan naskah dan foto-foto yang baik secara cepat.

4. Bekerja sama dalam penyediaan materi informasi

Seorang praktisi Public Relations dan wartawan media massa dapat bekerja sama dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau temu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.

5. Menyediakan fasilitas verifikasi

Praktisi Public Relations juga perlu memberi kesempatan kepada jurnalis untuk melakukan verifikasi ( membuktikan kebenaran ) atas setiap materi yang mereka terima. Para jurnalis atau wartawan diijinkan untuk langsung menengok fasilitas atau kondisi –kondisi organisasi yang hendak diberitakan.

6. Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media

Suatu hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerja sama, dan sikap saling menghormati profesi masing-masing.

## **2.7 Bentuk-Bentuk Kegiatan Media Relations**

Dalam upaya menjalankan media relations dan membina hubungan pers, maka Public Relations akan melakukan berbagai aktivitas dan kegiatan yang berhubungan dengan pers sebagai berikut (Soemirat & Ardianto, 20115 : 128 ) :

1. Konferensi Pers,

Konferensi pers, temu pers atau jumpa pers diberikan secara simultan oleh seorang pejabat pemerintah atau swasta kepada sekelompok wartawan atau jurnalis, bahkan bisa ratusan wartawan sekaligus.

Syarat utama dari sebuah konferensi pers adalah berita yang disampaikan kepada wartawan sangat penting.

Konferensi pers diselenggarakan bila ada peristiwa-peristiwa penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, baik itu atas inisiatif sendiri atau permintaan wakil-wakil pers atau media massa.

2. Press Briefing

Press briefing diselenggarakan secara regular oleh seorang pejabat Public Relations. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang baru terjadi kepada pers, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan apabila wartawan belum puas dan menginginkan keterangan lebih rinci.

3. Press Tour

Press Tour diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau organisasi dan lembaga dengan mengajak pers untuk mengunjungi daerah tertentu dan pers atau media massa juga diajak menikmati obyek wisata yang menarik di daerah tersebut.

#### **4. Press Release**

Press Release atau siaran pers sebagai publisitas yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita. Istilah press release mempunyai pengertian yang luas, tidak hanya berkenaan dengan media cetak ( surat kabar dan majalah ) tetapi mencakup media elektronik ( televisi dan radio ).

Di Negara lain istilah press release disebut juga dengan news release yang dikirimkan ke media massa dengan harapan dapat disebarluaskan sebagai berita ( Effendy dalam Soemirat & Ardianto, 2015 : 129 ).

#### **5. Special Event**

Special event yaitu peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan Public Relations yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera publik. Seperti peresmian gedung dan peringatan ulang tahun perusahaan. Kegiatan ini biasanya mengundang pers atau media massa untuk meliputnya.

#### **6. Press Luncheon**

Press luncheon yaitu pejabat Public Relations mengadakan jamuan makan siang bagi para perwakilan media massa ( wartawan ). Sehingga pada kesempatan ini pihak pers atau media massa bisa bertemu dengan top manajemen perusahaan atau lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan atau lembaga tersebut.

## 7. Wawancara Pers

Wawancara pers bersifat lebih pribadi dan lebih individual. Public Relations atau top manajemen yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan yang bersangkutan. Meskipun misalnya pejabat tersebut seusai meresmikan suatu acara atau kegiatan kemudian diwawancarai oleh banyak wartawan bahkan diliput oleh televisi dan radio, tetapi saja wawancara tersebut bersifat individual.

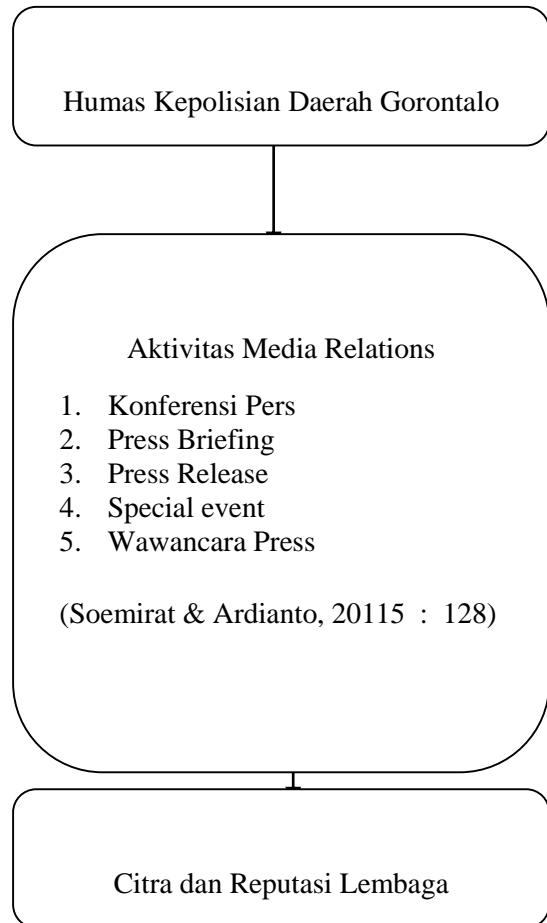
Setiap wartawan yang mewawancarai mempunyai pertanyaan khusus yang diinginkan oleh medianya.

## 2.8 Kerangka Pikir

Bidang Hubungan Masyarakat, (Bid Humas) Kepolisian Daerah Gorontalo bertugas mengumpulkan dan mengolah data, sekaligus menyajikan informasi dan dokumentasi kegiatan kepolisian yang berkaitan dengan penyampaian berita di lingkungan Polda Gorontalo.

Humas Polda Gorontalo mengalami situasi dan kondisi yang cukup berdampak pada reputasi dan citra lembaga. Oleh karena itu BID Humas Polda Gorontalo perlu membangun dan membina hubungan yang baik dengan media massa ( pers ). Untuk itu Humas Polda Gorontalo melakukan aktivitas media relations.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis menyusun kerangka pemikiran sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Obyek Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka pikir penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah Humas pada Kepolisian Daerah Gorontalo. Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis memerlukan waktu kurang lebih 2 bulan, dari bulan November sampai dengan bulan Januari 2022.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini penulis memilih jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Dimana peneliti adalah instrumen kunci (Sugiyono, 2014 : 1)

#### **3.3 Fokus Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada aktivitas Media Relations yang dilakukan oleh Humas pada Kepolisian Daerah Gorontalo.

#### **3.4 Informan Penelitian**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, informan adalah orang yang memberikan informasi atau orang yang menjadi sumber data dalam suatu penelitian. (narasumber). Dalam penelitian ini informan yang ditetapkan berdasarkan keterkaitan mereka dengan tema penelitian yang diangkat oleh penulis.

Adapun informan yang ditetapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepala Bidang Humas Kepolisian Daerah Gorontalo : 1 orang
2. Staf Humas Kepolisian Daerah Gorontalo : 2 orang

Dengan demikian, keseluruhan informan yang akan menjadi sumber informasi penulis dalam penelitian ini berjumlah 3 orang.

### **3.5 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini terdiri atas dua, sebagai berikut :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari para informan di lokasi penelitian melalui wawancara
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh di lokasi penelitian yang dapat berupa dokumen-dokumen yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan diteliti, melalui literatur-literatur yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, dan lain sebagainya.

### **3.6 Prosedur Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data di tempat penelitian, maka penulis melakukan prosedur pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Observasi atau pengamatan, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung pada lokasi penelitian. Menurut Arikunto (2006 : 156), observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera.

- b. Wawancara, yaitu suatu teknik pengumpulan data melalui tanya jawab dengan informan untuk menggali lebih jauh mengenai permasalahan yang diteliti. Menurut Riduwan (2008 : 102), wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

- c. Dokumentasi

Menurut pendapat Sugiyono (2013 : 84) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2007 : 91) analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan oleh informan. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2007 : 91) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data collection, data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification.

*a. Data Collection*

Analisis data dalam penelitian kualitatif mulai dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari informan yang diwawancarai.

*b. Data Reduction*

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan bahwa semakin lama peneliti turun ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui data reduction atau reduksi data. Mereduksi data berarti merangkaikan, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya.

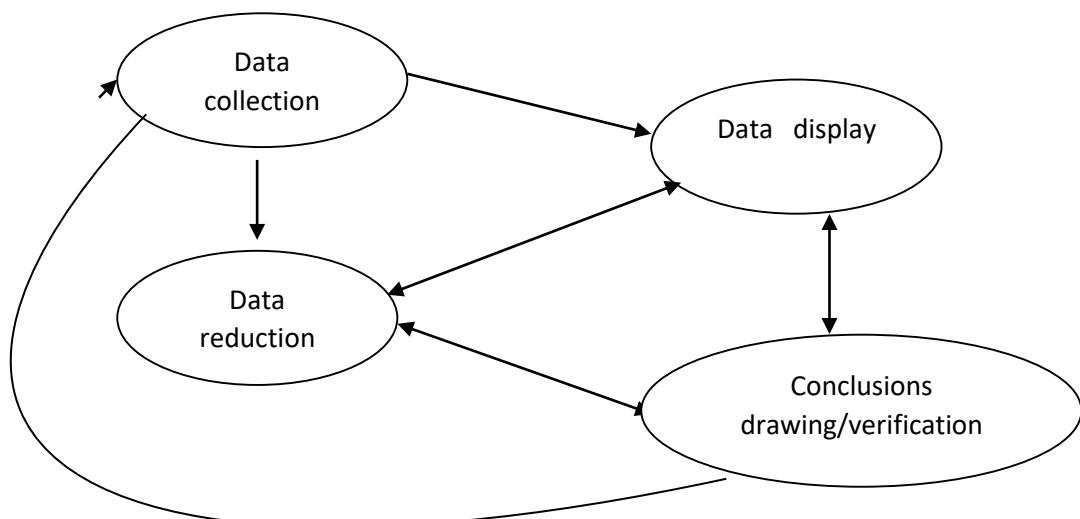
*c. Data Display*

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah display data atau penyajian data. Jika dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, dan sejenisnya. Maka dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

*d. Conclusion Drawing/Verification*

Langkah berikutnya dalam analisis data kualitatif menurut Mile dan Huberman dalam Sugiyono (2007 : 99) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Model dalam analisis data di atas dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3.1. Model Analisis Data Miles and Huberman

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Kepolisian Daerah Gorontalo atau biasa disingkat dengan POLDA Gorontalo merupakan pelaksana tugas-tugas Kepolisian Republik Indonesia di wilayah Provinsi Gorontalo. Pimpinan Kepolisian daerah Gorontalo dijabat oleh perwira berpangkat bintang dua atau biasa disebut Inspektur Jenderal Polisi.

Kepolisian Daerah Gorontalo berada di wilayah yurisdiksi hukum Provinsi Gorontalo dan bermarkas di willyah kota Gorontalo. Pimpinan Kepolisian Daerah Gorontalo saat ini dijabat oleh Inspektur Jenderal Polisi Dr. Akhmad Wiyagus, S.I.K, M.Si, M.M sebagai Kepala Kepolisian daerah atau biasa disingkat dengan Kapolda. Sementara wakil kepala Kepolisian daerah atau Wakapolda dijabat oleh Brigadir Jenderal Polisi Drs. Pudji Prasetijanto Hadi, M.H.

Pada tanggal 22 April 2020 Kepolisian Daerah Gorontalo mengalami kenaikan dari status tipe B menjadi status tipe A. Perubahan status Kepolisian Daerah Gorontalo dilakukan dengan mengacu pada surat Kapolri bernomor ST/1189/IV/OTL. 1.1.3/2020 tanggal 14 April 2020 tentang Pelaksanaan Upacara Peresmian Peningkatan tipe Kepolisian Daerah.

#### **4.2. Hasil Penelitian**

Hubungan Masyarakat (Humas) yang juga dikenal dengan *Public Relations* ( PR) merupakan suatu fungsi manajemen yang bertujuan untuk memperoleh kepercayaan, dan pengertian yang baik, serta penghargaan dari masyarakat atau publik.

Dalam Humas atau PR juga terdapat suatu usaha atau upaya untuk membangun dan menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu organisasi dengan publik atau masyarakat. Usaha atau upaya untuk memberikan maupun menanamkan kesan yang positif. Sehingga akan timbul pendapat ataupun tanggapan yang akan menguntungkan bagi kelangsungan dan keberadaan suatu lembaga atau organisasi.

Media massa merupakan salah satu sarana yang dianggap efektif oleh Public Relations atau Humas dalam menjangkau masyarakat luas. Membangun citra atau image perusahaan yang positif melalui pemanfaatan media massa merupakan cara yang efektif. Melalui media massa, citra positif ataupun citra negatif suatu lembaga atau organisasi dapat dibangun di dalam benak khalayak dalam waktu yang singkat. Oleh karena itu sangat penting bagi sebuah lembaga atau organisasi untuk membangun hubungan yang baik dengan media.

Setelah melakukan pengumpulan data penelitian melalui wawancara dengan para informan, berikut ini adalah kutipan hasil wawancara penulis dengan informan penelitian.

Dalam menjalankan hubungan tentu adanya kerja sama antara BID Humas Polda Gorontalo dengan media local dan media nasional, berikut nama-nama media yang berkerja sama dengan BID Humas Polda Gorontalo ;

- Trans TV
- TV One
- Kompas
- Gorontalo Post
- Dulohupa.id

## **Aktivitas Media Relations pada Humas Kepolisian Daerah Gorontalo**

Aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan media relations pada bidang Humas Kepolisian Daerah Gorontalo adalah sebagai berikut.

### **1. Press Conference (Konferensi Pers)**

Konferensi pers, temu pers atau jumpa pers diberikan secara simultan oleh seorang pejabat pemerintah atau swasta kepada sekelompok wartawan atau jurnalis, bahkan bisa ratusan wartawan sekaligus. Syarat utama dari sebuah konferensi pers adalah berita yang disampaikan kepada wartawan sangat penting.

Aktivitas press conference merupakan aktivitas yang sering dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo. Konferensi pers atau press Conference ini dilakukan jika ada suatu berita yang sedang hangat dan perlu untuk diklarifikasi atau untuk mengungkapkan suatu peristiwa kasus besar yang menjadi trending topik pada saat itu.

Penjelasan diatas berdasarkan kutipan hasil wawancara dengan beberapa informan. Berikut ini adalah kutipan hasil wawancaranya.

Kutipan wawancara dengan AKP Heny M. Rahayu (Kasubbid Penmas Humas Polda)

“Untuk press Conference sering kita lakukan jika ada suatu berita yang hangat untuk mengklarifikasi atau mengungkapkan suatu peristiwa kasus yang besar yang menjadi trending topic pada saat itu terjadi. Contoh besar Polda Gorontalo berhasil menangkap pengedar sabu pada 11 mei tahun 2020 kemarin yang telah di muat di media online banthayo.id, dan penangkapan tersangka pemilik investasi bodong pada 12 maret 2022 itu telah di muat dalam media kompas.tv. Kegiatan ini sering dilakukan juga bukan hanya di bidang humas polda gorontalo namun di humas Polres lainnya karena mana kala kejadian di polres tentu press conference juga di laksanakan di polres”.

Selanjutnya hasil wawancara dengan IPDA. Jendry (Subbid PID Humas Polda) sebagai berikut.

“Untuk Press Conference ini sering di lakukan dimana kegiatan ini di laksanakan secara khusus setiap ada hasil penangkapan atau pengungkapan kasus-kasus yang hangat atau lagi viral. Kegiatan ini hampir di laksanakan setiap saat dimana kegiatan ini sangat melibatkan awak media”.

Berdasarkan kutipan hasil wawancara seperti yang dijelaskan di atas dapat dilihat bahwa aktivitas press conference atau konferensi pers merupakan aktivitas yang sering dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo. Kegiatan konferensi pers ini hanya dilakukan ketika ada suatu berita yang sedang hangat dan perlu untuk diklarifikasi atau untuk mengungkapkan suatu peristiwa kasus besar yang menjadi trending topic atau sedang viral.

## **2. Press Briefing**

Press briefing diselenggarakan secara regular oleh seorang pejabat Public Relations. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang terjadi kepada pers.

Aktivitas Press Briefing yang dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo dilaksanakan dengan mengundang pers untuk kemudian mengadakan pertemuan. Press briefing secara umum dilaksanakan setahun sekali dengan media, biasanya itu dilaksanakan di akhir tahun. Di mana dalam hal ini dilakukan forum diskusi atau tanya jawab.

Penjelasan diatas berdasarkan kutipan hasil wawancara dengan beberapa informan. Berikut ini adalah kutipan hasil wawancaranya.

Kutipan wawancara dengan AKP Heny M. Rahayu (Kasubbid Penmas Humas Polda).

“Dalam press briefing secara umum kita melaksanakan setahun sekali dengan media, biasanya itu dilaksanakan di akhir tahun, dimana dalam kegiatan itu kita akan mengulas atau menginformasikan kegiatan kita selama setahun. Biasanya kapolda sendiri yang akan memaparkan hal tersebut. Disitu kita mengundang seluruh pimpinan media yang ada”.

Selanjutnya hasil wawancara dengan IPDA. Jendry (Subbid PID Humas Polda) sebagai berikut.

“Ada aktivitas ini, seperti kegiatan akhir tahun dimana kami membuat kegiatan bersama wartawan dalam hal ini forum diskusi atau tanya jawab antara juru bicara lembaga dengan pers”.

Berdasarkan kutipan hasil wawancara seperti yang dijelaskan di atas dapat dilihat bahwa aktivitas press briefing merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Humas Kepolisian daerah Gorontalo. Aktivitas ini dilaksanakan dengan mengundang pers untuk kemudian mengadakan pertemuan. Press briefing secara umum dilaksanakan setahun sekali dengan media, biasanya itu dilaksanakan di akhir tahun. Di mana dalam hal ini dilakukan forum diskusi atau tanya jawab antara lembaga dengan pers atau media.

### **3. Press Release**

Press Release atau siaran pers sebagai publisitas yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita.

Aktivitas press release merupakan salah satu kegiatan yang secara rutin dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo. Kegiatan press release adalah salah satu bentuk kegiatan yang sering dilakukan juga oleh pihak Humas Kepolisian Daerah Gorontalo apabila ada informasi yang penting untuk disampaikan kepada masyarakat.

Penjelasan diatas berdasarkan kutipan hasil wawancara dengan informan. Berikut ini adalah kutipan hasil wawancaranya.

Kutipan wawancara dengan AKP Heny M. Rahayu (Kasubbid Penmas Humas Polda) sebagai berikut.

“Press Release itu sering terjadi, biasanya itu kita bagikan kepada media sebelum dan sesudah Press Conference, itu berupa teks narasi berisikan informasi yang nantinya juga akan dikembangkan oleh media untuk dijadikan bahan dasar pembuatan berita yang nantinya disebarluaskan kepada masyarakat. Paling sering itu kita sering membagikan di grup bersama media yang tergabung”.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh informan yaitu IPDA. Hartoyo (Subbid Multimedia Humas Polda) sebagai berikut.

“Untuk aktivitas ini kami hampir selalu melakukannya, ini kan informasi secara tertulis biasanya kami membagikannya lewat Grup Whatsapp yang ada media atau pers bergabung”.

Berdasarkan kutipan hasil wawancara seperti yang dijelaskan di atas dapat dilihat bahwa aktivitas press release merupakan salah satu kegiatan yang secara rutin dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo apabila ada informasi yang penting untuk disampaikan kepada masyarakat melalui media massa.

#### **4. Special Event**

Special event adalah suatu kegiatan Public Relations yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera publik. Kegiatan ini biasanya mengundang pers atau media massa untuk meliputnya.

Aktivitas event khusus merupakan salah satu kegiatan yang sering diadakan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo. Event-event ini biasanya diadakan pada waktu-waktu tertentu. Tetapi aktivitas ini sedikit menurun dengan

adanya pandemi Covid 19. Biasanya Humas mengundang media atau pers untuk meliput kegiatan dan juga untuk ikut berpartisipasi.

Penjelasan diatas berdasarkan kutipan hasil wawancara dengan informan.

Berikut ini adalah kutipan hasil wawancaranya.

Kutipan wawancara dengan AKP Heny M. Rahayu (Kasubbid Penmas Humas Polda) sebagai berikut.

“Kalau untuk event tahun-tahun kemarin sering kita lakukan di setiap tahun, namun melihat kondisi saat ini masih dalam masa pandemi ya kemarin di tahun 2021 kita hanya melakukan 2 kegiatan lomba orasi dan mural, event ini bukan untuk media sebenarnya namun lebih di peruntukan untuk masyarakat luas. Tapi pada kegiatan itu kami tentu saja mengundang media, baik itu untuk meliput dan juga untuk ikut serta berpartisipasi dalam pelaksanaan event tersebut”.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh informan yaitu IPDA. Hartoyo (Subbid Multimedia Humas Polda). Berikut ini adalah hasil wawancaranya.

“untuk aktivitas ini ada, namun karena beberapa tahun terakhir kami dari pihak polda gorontalo tidak melaksanakan event, tapi tahun kemarin kami melaksanakan event namun hanya sederhana karena mengingat masih dalam masa pandemic Covid-19”.

Berdasarkan kutipan hasil wawancara seperti yang dijelaskan di atas dapat dilihat bahwa event khusus merupakan salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo. Event-event ini biasanya diadakan pada waktu-waktu tertentu. Tetapi aktivitas ini mengalami penurunan karena adanya pandemi Covid 19. Biasanya Humas mengundang media atau pers untuk meliput kegiatan dan juga untuk ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan event.

## **5. Wawancara Pers**

Wawancara pers biasanya bersifat lebih pribadi dan lebih individual. Public Relations atau top manajemen yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan yang bersangkutan.

Kegiatan wawancara pers termasuk kegiatan yang sering dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo. Wawancara pers biasanya dilakukan apabila terdapat situasi atau isu-isu terkait suatu masalah yang perlu dijelaskan secara lebih dalam kepada masyarakat.

Penjelasan diatas berdasarkan kutipan hasil wawancara dengan informan. Berikut ini adalah kutipan hasil wawancaranya.

Kutipan wawancara dengan AKP Heny M. Rahayu (Kasubbid Penmas Humas Polda) sebagai berikut.

“Dalam wawancara pers ini sering dilakukan oleh media jika ada masalah yang harus di beritakan secepatnya, ini sering terjadi dan hampir setiap hari dimana setiap media datang untuk mengklarifikasi suatu masalah yang terjadi di luar, ini adalah sebuah kegiatan yang di adakan untuk sebuah pertemuan atau negosiasi dan lain sebagainya”.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh informan yaitu IPDA. Jendry (Subbid PID Humas Polda) sebagai berikut.

“Untuk aktivitas ini sering terjadi, ini semacam konferensi pers kecil dimana beberapa media yang datang meski tidak terjadwalkan namun kami selalu dengan sepenuh hati menyambut kedatangan mereka”.

Berdasarkan kutipan hasil wawancara seperti yang dijelaskan di atas dapat dilihat bahwa wawancara pers merupakan salah satu kegiatan yang cukup sering dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo. Biasanya kegiatan wawancara pers ini dilakukan apabila ada peristiwa, situasi atau isu-isu tentang

suatu masalah yang perlu dijelaskan secara lebih dalam kepada masyarakat. Untuk contoh kasusnya seperti pelanggaran hukum, pembunuhan, pencurian dll.

#### **4.3. Pembahasan**

Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo sebagai salah satu lembaga yang bertanggung jawab dalam bidang keamanan di wilayah provinsi Gorontalo, maka Polda Gorontalo menjadi salah satu lembaga yang menjadi tumpuan masyarakat khususnya yang berdomisili di wilayah Provinsi Gorontalo untuk bisa memberikan jaminan keamanan kepada mereka dalam menjalani kegiatan sehari-hari.

Untuk menghadapi masyarakat sebagai salah satu publik, maka Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo memiliki bidang Humas untuk menangani segala hal yang berhubungan dengan masyarakat, dan penanganan terhadap laporan dan keluhan masyarakat termasuk di dalamnya. Hal ini didasarkan pada perlunya hubungan baik dengan masyarakat sebagai publik untuk dibangun dan dibina dengan baik.

Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan salah satu fungsi manajemen yang memiliki peranan penting dalam membangun hubungan dan membina hubungan yang harmonis antara organisasi atau lembaga dengan publik. Keberadaan Humas dalam suatu organisasi bertujuan untuk membangun *image* atau citra yang positif dari publik atau masyarakat. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Howard Bonham (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 13), “PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang

dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan”.

Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan Humas dalam upaya membangun hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat adalah dengan membangun kepercayaan dari publik atau masyarakat. Karena dukungan dan kepercayaan dari masyarakat merupakan salah modal utama bagi sebuah organisasi atau lembaga untuk dapat mencapai tujuan organisasi.

Sebagaimana yang dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo yang melakukan berbagai upaya dalam rangka membina hubungan yang baik dengan masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan keberadaan media atau pers. Mengingat bahwa media merupakan sarana publikasi yang cukup efektif. Di mana segala informasi tentang organisasi atau lembaga dipublikasikan. Di samping itu media juga merupakan sarana untuk membangun reputasi.

Begitu pentingnya peran media atau pers dalam menjalankan tugas dan fungsi humas bagi sebuah organisasi. Maka Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo juga menjadi salah satu lembaga atau organisasi yang berusaha membangun hubungan baik dengan media atau pers atau yang dikenal dengan media relations.

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan pada bagian sebelumnya, terdapat beberapa bentuk aktivitas media relations yang dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo dalam membangun hubungan yang baik

dengan media. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Soemirat & Ardianto (2015 : 128 ) mengenai aktivitas dan kegiatan yang berhubungan dengan pers yang dilakukan oleh Humas atau Public Relations . Aktivitas tersebut adalah sebagai berikut :

1. Press Conference
2. Press Briefing
3. Press Tour
4. Press Release
5. Special Event
6. Press Lunch
7. Wawancara Pers

Dari ke tujuh aktivitas media relations menurut Soemirat & Ardianto sebagaimana yang disebutkan di atas. Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo melakukan 5 aktivitas. Ke lima aktivitas media relations tersebut adalah sebagai berikut.

1. Press Conference

Aktivitas press conference atau konferensi pers merupakan aktivitas yang sering dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah Gorontalo. Kegiatan konferensi pers ini hanya dilakukan ketika ada suatu berita yang sedang hangat dan perlu untuk diklarifikasi dan dikonfirmasi kepada masyarakat, atau untuk mengungkapkan suatu peristiwa yang sedang viral dan menjadi trending topik.

## 2. Press Briefing

Aktivitas *press briefing* merupakan salah satu aktivitas yang selalu dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo. Aktivitas press briefing ini dilaksanakan dengan mengundang pers untuk kemudian mengadakan pertemuan. Press briefing secara umum dilaksanakan setahun sekali dengan media, biasanya itu dilaksanakan di akhir tahun. Di mana dalam hal ini dilakukan forum diskusi atau tanya jawab antara lembaga dengan pers atau media. Kegiatan ini penting dilakukan untuk menghindari terjadinya kesalahan pemberitaan ketika sudah diinformasikan kepada masyarakat.

## 3. Press Release

Aktivitas press release merupakan salah satu kegiatan yang rutin dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo. Kegiatan press release adalah salah satu bentuk kegiatan yang perlu untuk dilakukan oleh pihak Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo apabila ada informasi yang penting untuk disampaikan kepada masyarakat melalui media massa atau pers.

## 4. Special Event

Event khusus atau special event merupakan salah satu kegiatan yang cukup sering diadakan oleh Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo. Event-event ini biasanya diadakan pada waktu-waktu tertentu. Tetapi aktivitas ini mengalami penurunan dalam penyelenggaranya diakibatkan karena adanya pandemi Covid 19. Humas mengundang media atau pers untuk meliput kegiatan dan juga untuk ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan event tersebut.

## 5. Wawancara Pers

Wawancara pers juga merupakan salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo. Wawancara pers ini biasanya dilakukan apabila terdapat situasi atau isu-isu terkait suatu masalah yang perlu dijelaskan secara lebih dalam kepada masyarakat.

Sementara untuk ke dua aktivitas media relations yang lain yaitu Press Tour dan Press Lunch sudah beberapa waktu ini khususnya sejak menyebarunya Covid-19 tidak pernah lagi dilakukan oleh bidang Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo sampai saat ini.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Aktivitas media relations yang dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo yaitu Press Conference yang dilakukan ketika ada situasi dan kondisi tertentu yang penting untuk dinformasikan dan diklarifikasi kepada masyarakat, Press Release yang perlu dilakukan untuk menginformasikan suatu hal atau peristiwa kepada masyarakat, Press Briefing yang dilakukan dengan mengundang pihak media atau pers untuk melakukan koordinasi mengenai informasi atau berita yang akan dipublikasikan kepada masyarakat, Special Event yang biasanya diadakan pada waktu-waktu tertentu dan melibatkan banyak pihak termasuk media atau pers, dan Wawancara Pers dilakukan apabila ada peristiwa, situasi atau isu-isu yang perlu untuk dijelaskan secara lebih mendalam kepada masyarakat.

#### **5.2. Saran**

Setalah melaksanakan penelitian di BID Humas Polda Gorontalo mengenai aktivitas media relations pada BID Humas Kepolisian Daerah Gorontalo, Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan pada bagian sebelumnya, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Sehubungan dengan ini, diharapkan kedepannya Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo bisa lebih maksimal lagi dalam pelaksanaan aktivitas *media relations* untuk meningkatkan keharmonisan hubungan lembaga dengan media karena media yang bekerja sama hanya sedikit .
2. Humas Kepolisian Daerah (Polda) Gorontalo dapat mempertimbangkan pelaksanaan kembali dua aktivitas media relations yang lain yaitu *Press Tour* dan *Press Lunch*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, & Glenn M. Broom. 2011. Effective Public Relations. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Danandjaya, 2011. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Dewi, Sutrisna. 2009. *Komunikasi Bisnis*. Andi, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Kriyantono, Rahmat. 2007. *Teknik praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Mulyana, Dedi. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nesia, Andin. 2014. *Dasar-Dasar Humas*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Muhammmad, Arni. 2004. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Pace, R. Wayne, & Don F. Faulus. 2010. *Komunikasi Organisasi, Strategi meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Riduwan, 2012. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Soemirat, Soleh, & Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. PT. Alfabeta, Bandung.

**LEMBAR KONSULTASI**

NAMA : ALDIYANSYAH KUICE  
 NIM : S2218037  
 JUDUL PENELITIAN : AKTIVITAS MEDIA RELATIONS PADA  
 PEMBIMBING : GORONTALO  
 PEMBIMBING :  
 1. MINARNI TOLAPA, S.Sos., M.Si  
 2. RUSLI, S.Psi., M.I.Kom

PEMBIMBING 1				PEMBIMBING 2			
NO	TANGGAL	KOREKSI	PARAF	NO	TANGGAL	KOREKSI	PARAF
1	12.01.2022	- Bab II - penulisan	✓				
2	24.02.2022	Bab 4 penulisan	✓				
3	28.02.2022	Apa	✓				

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Seberapa penting hubungan dengan media ( Media Relations ) perlu dilakukan oleh Divisi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo ?
2. Apakah manfaat dari aktivitas (Media Relations ) yang dilakukan oleh Divisi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo ?
3. Menurut anda sebagai bagian dari Divisi Humas, bagaimana hubungan Polda Gorontalo dengan media ( Media Relations ) yang terjalin selama ini ?
4. Media-media apa saja yang bekerja sama dengan Kepolisian Daerah Gorontalo dalam aktiivitas Media Relations tersebut ?
5. Apakah ada aktivitas media relations dalam bentuk Press Conference yang dilakukan oleh Divisi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo ?
6. Apakah ada aktivitas media relations dalam bentuk Press Briefing yang dilakukan oleh Divisi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo ?
7. Apakah ada aktivitas media relations dalam bentuk Press Tour yang dilakukan oleh Divisi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo ?
8. Apakah ada aktivitas media relations dalam bentuk Press Release yang dilakukan oleh Divisi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo ?
9. Apakah ada aktivitas media relations dalam bentuk Event yang dilakukan oleh Divisi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo ?
10. Apakah ada aktivitas media relations dalam bentuk Press Lunch yang dilakukan oleh Divisi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo ?
11. Apakah ada aktivitas media relations dalam bentuk Wawancara Pers yang dilakukan oleh Divisi Humas Kepolisian Daerah Gorontalo ?

## LEMBAR DOKUMENTASI WAWANCARA



Rabu 9 maret 2022 Wawancara dengan Narasumber : Kasubbid PID Humas Polda Gorontalo IPDA. Jendry



Jumat 11 Maret 2022 Wawancara dengan narasumber : Kasubbid Penmas Humas Polda Gorontalo AKP. Heny M. Rahayu

## DOKUMENTASI



Jumat 25 Maret 2022 Wawancara dengan narasumber ; Kasubbid Multimedia Humas  
Polda Gorontalo IPDA. Hartoyo



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO  
LEMBAGA PENELITIAN

Kampus Unisan Gorontalo Lt.3 - Jln. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo  
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-Mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 3870/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/II/2022

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Kepala Devisi Hubungan Masyarakat Polda Gorontalo

di,-

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Rahmisyari, ST.,SE.,MM  
NIDN : 0929117202  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Aldiyansah Kuice  
NIM : S2218037  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Lokasi Penelitian : KANTOR POLDA GORONTALO  
Judul Penelitian : AKTIVITAS MEDIA RELATION PADA DEVISI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF LEMBAGA KEPOLISIAN DAERAH GORONTALO

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.



+

KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA  
DAERAH GORONTALO  
BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT

REKOMENDASI  
Nomor : Rek/ /V/2022

Kepala Bidang Humas Polda Gorontalo, setelah memperhatikan Surat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Universitas Ichsan Gorontalo Lembaga Penelitian Nomor :3870/ PIP /LEMLIT-UNISAN/GTLO/II/2022 tanggal 11 Februari 2022 tentang Permohonan Izin Penelitian, maka dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

Nama : Aldiyansyah Kuice  
NIM : S2218037  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Lokasi Penelitian : Kantor Polda Gorontalo  
Judul Penelitian : Aktivitas Media Relation pada Satker Bidhumas Polda Gorontalo dalam meningkatkan Citra Positif Lembaga Kepolisian Daerah Gorontalo

Bawa Mahasiswa tersebut benar – benar telah melaksanakan penelitian di Subsatker Bidhumas Polda Gorontalo

Demikian Surat Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.





Similarity Report ID: oid:25211:17498349

PAPER NAME  
**Aldiyansah-S2218037.docx**

AUTHOR  
**S2218037 Aldiyansah Kuice**

WORD COUNT  
**8487 Words**

CHARACTER COUNT  
**55401 Characters**

PAGE COUNT  
**54 Pages**

FILE SIZE  
**309.1KB**

SUBMISSION DATE  
**May 23, 2022 3:29 PM GMT+8**

REPORT DATE  
**May 23, 2022 3:32 PM GMT+8**

### ● 29% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 29% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 6% Publications database
- Crossref Posted Content database

### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Manually excluded sources
- Small Matches (Less than 25 words)

---

Summary



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET DAN TEKNOLOGI,  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001**  
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo Telp. (0435) 829975

**SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI**  
No. 163/SK/FISIP-UIG/VI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si  
NIDN : 0922047803  
Jabatan : Ketua Program Studi

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Aldiyansah Kuice  
NIM : S2218037  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Aktivitas Media Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga Pada Bidang Humas Kepolisian Daerah Gorontalo

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi **Turnitin** untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil *Similarity* sebesar **29 %**, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendekripsi Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ichsan Gorontalo dan persyaratan pemberian surat rekomendasi verifikasi calon wisudawan dari LLDIKTI Wil. XVI, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIASI** dan layak untuk diujangkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Terlampir :  
Hasil Pengecekan Turnitin

## Biodata Mahasiswa

Nama : Aldiyansah Kuice  
Nim : S2218037  
Tempat tanggal lahir : Libuo, 23 Maret 1997  
Fakultas : Ilmu Social dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 – Ilmu Komunikasi  
Alamat : Desa Tunas Jaya, Kec. Popayato Barat, Kabupaten Pohuwato



### Nama Orang Tua

Ayah : Sahrin Kuice  
Ibu : Kismawati Karim

### Riwayat pendidikan :

No	Tahun	Jenjang	Ket.
1	2003 - 2009	SDN 5 Telaga Jaya	Berijazah
2	2010 - 2013	Mts. Al-Khairaat Popayatato Barat.	Berijazah
3	2013 - 2016	SMA Negeri 1 Popayato	Berijazah
4	2018 – 2022	Universitas Ichsan Gorontalo	Berijazah