

BAB I

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Aktivitas hubungan masyarakat (Humas) menjadi salah satu bagian yang penting dalam suatu daerah atau kota dalam berkomunikasi dengan masyarakatnya. Divisi Humas suatu institusi seperti polda Jatim dituntut untuk dapat bertindak kredibel, cepat, dan juga kritis. Mahasiswa sering mendapat pengetahuan- pengetahuan dan ilmu-ilmu baru yang tidak mereka dapatkan saat duduk di bangku sekolah. Tapi secara garis besar perguruan tinggi/universitas akan mengajarkan lagi mengenai teori-teori akademis dari jurusan yang kita pilih saat kuliah tapi belum secara menyeluruh seperti harus terjun langsung ke dunia pekerjaan. Maka dari itu mahasiswa memerlukan kerja praktek agar bisa melihat dan merasakannya secara langsung bagaimana keterkaitan antara sisi akademis yang dipelajari di universitas dan bagaimana mengimplementasikan dan mengembangkannya di dunia kerja khususnya di dalam instansi milik negara seperti Polda Jatim Surabaya .

Kerja Praktek yang dilakukan selama minimal 60 hari atau 2 bulan tidak di hitung hari libur seperti sabtu dan minggu. Manfaat Penulis mendapatkan tempat atau posisi di polda jatim khususnya dalam bidang humas ini menurut saya sangat penting dan bermanfaat bagi pengetahuan dalam meningkatkan strategi komunikasi dan bagaimana cara membangun suatu citra perusahaan atau institusi kepada masyarakat luas. Melalui kerja praktik ini saya lebih memahami bagaimana tersusun nya sebuah organisasi di dalam sebuah institusi besar dengan bertemu berbagai abdi negara yang di tugaskan untuk membangun citra kepolisian daerah jawa timur khususnya dalam Bidang Humas, dengan berbagai macam struktur dan

koordinasi yang saya dapat agar informasi dan branding suatu perusahaan dapat di sampaikan kepada masyarakat luas. Dalam kerja praktek ini kita harus mampu mengontrol bagaimana citra perusahaan kepada media melalui konferensi pers yang disiarkan dan disampaikan melalui media digital seperti wartawan dan surat kabar lainnya. dengan sisi idealis kita sendiri yang berhubungan dengan strategi komunikasi dalam proses pembangunan citra ini, saya di letakkan di dalam subid Humas khususnya di bagian Penerangan Masyarakat yang di mana setiap adanya kasus dalam konferensi pers, saya meliput kegiatan, dan juga membuat alur cerita seperti script yang akan di bacakan menjelang konferensi press yang dipimpin oleh Bapak Kombespol Gatot Reply selaku Kabid Humas Polda Jatim. Kerja praktek ini juga melatih kita bagaimana cara kita menjalin hubungan dan bertemu dengan berbagai macam karakter orang-orang khususnya orang-orang yang sudah terpilih sebagai abdi negara dengan berbagai watak yang disiplin, dantekun. Sehingga dapat membentuk saya di dalam dunia kerja nanti menjadi orang yang disiplin dan bagaimana cara mengembangkan profesionalitas kerja kita secara efektif dan efisien.

Penulis ingin mengetahui dan mempelajari praktik langsung apa saja aktivitas yang di berikan divisi Humas di Polda Jatim . Mempelajari dan ikut andil dalam proses kinerja Humas Polda Jatim dalam peran yang di berikan bidang humas kepada Polda Jatim selama ini. Dengan segala tantangan perkembangan zaman di era digital saat ini dimana suatu instansi didalam kota pun dituntut melakukan proses komunikasi kepada masyarakat secara kredibel, cepat, dan juga kritis dalam segala kondisi perkotaan yang ada di Jawa Timur.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Pada bidang kerja praktik ini penulis akan berfokus pada aktivitas Humas Polda Jatim, khususnya dalam sub bidang Penerangan masyarakat, bagaimana suatu institusi kepolisian daerah Jawa Timur mempertahankan citra positifnya kepada seluruh masyarakat Jawa Timur.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

I.3.1 Tujuan Umum

Penulis mampu menerapkan teori yang telah diperoleh dan dipelajari selama perkuliahan serta mendapatkan pengalaman terkait di lingkungan kerja yang nyata dan membuka wawasan peneliti terutama mengenai peran komunikasi dalam suatu perusahaan untuk meningkatkan strategi komunikasi dan mempertahankan pandangan positif suatu instansi kepada masyarakat.

I.3.2 Tujuan Khusus

Penulis dapat memahami aktivitas kinerja divisi humas dalam institusi besar seperti Kepolisian Daerah Jawa Timur. Serta mendapatkan pengalaman praktis dalam bidang kehumasan, khususnya terkait peran humas sebagai layanan informasi di instansi Polda Jatim.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

Melalui kerja praktik ini manfaat yang didapatkan, yakni:

I.4.1 Bagi Penulis

1. Mengetahui pengetahuan lebih mengenai praktik unsur kinerja dalam kehumasan bagi instansi besar seperti Kepolisian Daerah Jawa Timur.
2. Mempraktikkan dengan memperdalam teori yang diperoleh selama perkuliahan.
3. Mengetahui aktivitas Humas Polda Jatim dalam mempertahankan citra positif untuk aparat kepolisian khususnya daerah Jawa Timur.

I.4.2 Bagi Humas Polda Jatim

Selama proses kerja praktik saya dapat memberikan evaluasi seperti ide maupun strategi baru dari perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kemajuan kualitas dan kuantitas peran kehumasan bagi Polda Jatim.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat atau yang seringkali disebut humas ini sering kali di sama artikan dengan *public relation*. Padahal sebenarnya kedua hal ini mirip daam fungsi dan peran hanya terdapatperbedaan dalam sasarannya. Humas dapat dikatakan memiliki sasaran kepada masyarakat atau umum, sedangkan PR lebih kepada publik atau secara khusus.

Cutlip (2012:37) merumuskan fungsi *public relations* sebagai berikut:

1. menjunjung aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau Organisasi)
2. membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya sebagai khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan Organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.

5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/Organisasi ke publiknya terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Fungsi Humas secara spesifik lebih diterangkan lagi oleh Cutlip, dipaparkan bahwa berfungsi tidaknya humas dalam organisasi dapat diketahui dengan ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Ciri-ciri tersebut antara lain mencakup, pertama humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik. Kedua, humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan manajemen suatu organisasi. Ketiga, publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik eksternal dan internal. Keempat, operasional humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya kesenjangan, baik timbul dari pihak organisasi atau publik. Mengenai konsep fungsional humas, Cutlip (2012:37) memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik suatu organisasi. Sehingga kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat keserasiannya dengan ragam dan kebutuhan pandangan publik tersebut.
2. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasional organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik.

3. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

I.5.2 Aktivitas Humas

Kegiatan humas adalah kegiatan yang ditujukan untuk publiknya. Berdasarkan jenis publiknya kegiatan humas terbagi menjadi dua (Frank Jefkins, 2003, p. 113) yaitu:

1.5.2.1 Internal

Kegiatan Internal Humas merupakan kegiatan yang ditujukan untuk publik internal organisasi/perusahaan. Publik internal adalah keseluruhan elemen yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan, dewan direksi perusahaan dan sebagainya. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi/perusahaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik. Dengan begitu kegiatan operasional perusahaan akan berjalan dengan lancar.

Kegiatan hubungan internal pada sebuah perusahaan baik organisasi, swasta dan pemerintahan memiliki banyak ragam dalam pelaksanaannya, ruang lingkup hubungan internal dalam public relations diantaranya hubungan dengan para pegawai (*employee relations*), dan hubungan antar manusiawi (*human relations*).

Bentuk Hubungan dalam Perusahaan dengan adanya publik internal dalam lingkup kegiatan humas tersebut memberikan konsekuensi pada berbagai hubungan bagi masing-masing publik internal. Sifat hubungannya disebut hubungan internal (*internal relations*).

I.5.2.2 Eksternal

Hubungan dengan publik diluar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak. Karena perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Karena itu perusahaan harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya. Salah satunya dengan melakukan komunikasi dengan publik eksternal secara informatif dan persuasif. Informasi yang disampaikan hendaknya jujur, teliti dan sempurna berdasarkan fakta yang sebenarnya. Secara persuasive, komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan (publik) sehingga timbul rasa tertarik.

Masalah yang perlu dipecahkan dalam kegiatan eksternal humas meliputi bagaimana memperluas pasar bagi produksinya, memperkenalkan produksinya kepada masyarakat, mendapatkan penghargaan dan penerimaan dari publik maupun masyarakat, memelihara hubungan baik dengan pemerintah, mengetahui sikap dan pendapat publik terhadap perusahaan, memelihara hubungan baik dengan publik dan para pemasok yang berhubungan dengan operasional perusahaan dan mencapai rasa simpatik dan kepercayaan dari publik dalam masyarakat.

Adapun berbagai tindakan-tindakan yang harus dilakukan untuk sasaran eksternal seperti :

- a. Mengalisa dan menilai sikap dan opini publik yang menanggapi kebijaksanaan pimpinan perusahaan dalam menggerakkan pegaiwainya dan menerapkan metodenya.
- b. Mengadakan koreksi dan saran kepada pimpinan perusahaan, terutama kegiatan yang mendapat sorotan atau kritikan publik.
- c. Mempersiapkan bahan-bahan penerangan dan penjelasan yang jujur dan objektif agar publik tetap memperoleh kejelasan tentang segala aktivitas dan perkembangan perusahaan.
- d. Ikut membantu pimpinan dalam hal menyusun atau memperbaiki formasi staf kearah yang efektif.
- e. Mengadakan penyelidikan atau penelitian tentang kebutuhan, kepentingan dan selera publik akan barang-barang yang dihasilkan perusahaan.

Kegiatan eksternal ini ditujukan untuk publik eksternal organisasi/perusahaan, yaitu keseluruhan elemen yang berada di luar perusahaan yang tidak berkaitan secara langsung dengan perusahaan, seperti masyarakat sekitar perusahaan, pers, pemerintah, konsumen, pesaing, dan lain sebagainya.

Melalui kegiatan eksternal ini, diharapkan dapat menciptakan kedekatan dan kepercayaan publik eksternal kepada perusahaan. Dengan begitu maka akan tercipta hubungan yang harmonis antara organisasi/perusahaan dengan publik eksternalnya, sehingga dapat menimbulkan citra baik atas perusahaan di mata publiknya. Selain itu

ada kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh seorang humas, yaitu :

1. Memiliki koneksi / hubungan dengan komunitas (*community relations*):

membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Ini juga dapat diartikan sebagai tanda terima kasih perusahaan kepada komunitas. dengan begitu menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya sekedar mengambil keuntungan dari mereka, melainkan ikut peduli dan mau berbagai apa yang diperoleh perusahaan dari lingkungan yang merupakan milik bersama. Hubungan dengan komunitas ini seringkali diwujudkan dalam program *corporate social responsibility*.

2. Hubungan dengan media massa dan pers (*media & pers relations*):

Hubungan dengan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Dengan hubungan baik pada media dan pers, perusahaan bisa mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaan-pemberitaan negatif atau salah tentang perusahaan di media massa. Hubungan dengan pers dapat dilakukan melalui kontak formal antara lain konferensi pers, wisata pers (*press tour*), taklimat pers (*press briefing*), resepsi pers. Sedangkan bentuk hubungan melalui kontak informal antara lain keterangan pers, wawancara pers, dan jumpa pers (*press gathering*).

3. **Hubungan dengan pemerintah** (*government relations*): hubungan yang baik dengan pemerintah bisa memudahkan perusahaan dalam menyesuaikan kebijakan yang akan diambil dengan kebijakan- kebijakan pemerintah, sehingga kebijakan tersebut terwujud sesuai dengan pemerintah dan tidak melanggar hukum.