

Strategi Komunikasi Humas Polresta Serang Kota Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media

*Zikri Fachrul Nurhadi¹, Achmad Wildan Kurniawan¹, Haryadi Mujianto³,
Alviola Sylva Excelsa⁴

E-Mail: zikri_fn@uniga.ac.id

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut

Jln. Raya Samarang No. 52A, Garut

*Corresponding Author

Submitted: 04 Februari 2023 Revised: 05 Maret 2023 Accepted: 31 Maret 2023

Accredited Sinta-4 by Kemdikbud: No. 0041/E5.3/HM.01.00/2023

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya membangun komunikasi yang humanis antara media dengan Humas Polresta Serang dalam upaya untuk memperbaiki hubungan yang sudah ada, memperbaiki citra negatif yang berkembang di publik. Menjalin hubungan yang baik ini sebagai upaya dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan analisis situasi, penyusunan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi yang dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan adalah *Theory of 4 Steps of Public Relations of Cutlip, Center & Broom*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara mendalam, studi kepustakaan, serta dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dengan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua narasumber yang ahli dalam bidang kehumasan dari akademisi dan praktisi media, serta tiga informan merupakan wartawan sebagai mitra yang bekerjasama dengan Humas Polresta Serang Kota. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis situasi strategi komunikasi Humas Polresta Serang Kota dalam membangun hubungan baik dengan media terjalin secara dinamis, dengan mengedepankan profesionalitas dan asas kekeluargaan. Pada aspek penyusunan strategi dengan mempelajari karakteristik media, bersikap responsif serta membuat forum diskusi. Kemudian mengimplementasikan strategi dengan menyediakan fasilitas yang nyaman dan menggelar acara bersama wartawan, kemudian mengevaluasi strategi dengan melaksanakan pertemuan rutin dengan wartawan. Simpulan pada penelitian ini bahwa analisis situasi, penyusunan strategi, implementasi strategi dan evaluasi yang dilakukan oleh Polresta Serang Kota menjadi alat utama dalam mendukung program-program yang dijalankan dan mendukung pencapaian opini publik yang dinamis, terbuka dan tanggungjawab dalam menjaga hubungan baik dengan media sebagai fungsi edukatif bagi masyarakat.

Kata kunci: Humas, Media, Polresta, Profesionalisme, Kebijakan, Strategi Komunikasi

Abstract

This research is motivated by the importance of building humane communication between the media and Serang Police Public Relations in an effort to improve existing relationships, improve the negative image that develops in society. The purpose of this research was to explain the situation analysis, strategy preparation, strategy implementation, and strategy evaluation carried out by Serang City Police Public Relations. The theory used is the theory of the 4 steps of public relations (cut, center, and broom). Data were gathered through observation, in-depth interviews, literature reviews, and documentation. Data reduction, data presentation, and conclusion are the techniques used in data analysis. Two experts in the field of public relations from academia and media practitioners participated in this study, as did three journalists as partners who collaborated with the Serang City Police Public Relations. According to the findings of this study, the situation analysis of the Serang City Police Public Relations communication strategy in building good relations with the media is dynamically intertwined, with professionalism and the principle of kinship being prioritized. In terms of strategy preparation, this includes studying mediacharacteristics, being responsive, and creating discussion forums. The strategy is then put into action by providing comfortable facilities and hosting events for journalists, and it is evaluated by holding regular meetings with journalists. The study concludes that the Serang City Police's situation analysis, strategy formulation, implementation, and evaluation strategies are the main tools in supporting the programs being implemented

and in supporting dynamic, open, and responsible public opinion policies in maintaining good relations with the media as an educational function for the public.

Keywords: *Public Relations, Professionalism, Media, Police, Communication Strategy*

PENDAHULUAN

Menjalin hubungan yang baik dengan media merupakan hal yang sangat penting bagi setiap lembaga. Media berperan sebagai sarana untuk mendistribusikan informasi kepada khalayak luas. Media merupakan alat ataupun sarana yang digunakan dalam proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, disamping itu ia juga menjelaskan bahwa media massa merupakan suatu alat yang digunakan dalam proses menyampaikan pesan dari sumber kepada publik dengan menggunakan alat komunikasi sebagai sarannya (Habibie, 2018).

Hubungan yang baik dengan media tentu saja memerlukan strategi yang harus dibangun oleh lembaga masyarakat (Humas) yang dimana strategi yang dibangun tersebut dapat menumbuhkan kepercayaan kepada khalayak. Tidak hanya untuk menumbuhkan hubungan yang baik atau citra yang positif, tetapi dibangunnya strategi ini juga untuk memperbaiki hubungan yang sudah ada dan juga memperbaiki citra negatif yang berkembang di publik mengenai suatu instansi atau lembaga tersebut.

Perkembangan komunikasi berjalan cukup pesat sampai pada saat ini. Berbagai teori banyak sekali bermunculan dengan perspektif yang berbeda mengenai konsep dari komunikasi itu sendiri. Namun jika dapat disimpulkan, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian atau pertukaran informasi, ide atau pengetahuan yang melibatkan dua orang atau lebih yang menggunakan simbol-simbol atau tanda yang sama (Liliweri, 2011). Untuk

menghasilkan suatu pemahaman yang sama diantara komunikan dan komunikator tentu saja memerlukan langkah-langkah agar komunikasi berlangsung secara efektif. Yang harus diperhatikan adalah ketika kita menyampaikan informasi kepada komunikan jangan sampai bertele-tele dan harus menyampaikan suatu informasi secara lugas agar komunikan bisa mengerti pesan apa yang ingin kita sampaikan.

Pada umumnya suatu instansi atau lembaga pasti mempunyai langkah-langkah untuk membangun komunikasi yang baik antara anggota instansi tersebut ataupun dengan pihak yang berkaitan. Langkah-langkah yang dilakukan oleh instansi untuk membangun komunikasi yang baik itu disebut juga sebagai strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan suatu rancangan perencanaan aktivitas yang merupakan bagian dari upaya untuk mencapai tujuan dari suatu instansi atau perusahaan (Liliweri, 2011).

Strategi komunikasi tentu saja mempunyai tujuan tertentudalam setiap organisasi, maka dari itu disimpulkanlah beberapa tujuan sentral kegiatan komunikasi, yaitu: (1) *To secure understanding*, memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami dengan baik oleh komunikan, (2) *To establish acceptance*, setelah komunikan memahami apa yang disampaikan oleh komunikator, maka selanjutnya akan dilakukan pembinaan kepada penerima pesan dan (3) *To motivate action*, setelah kedua tujuan di atas tercapai, maka selanjutnya kegiatan akan dimotivasi (Guzman & Oktarina, 2018). Menurut Mahali (2008), strategi komunikasi secara tidak langsung telah melibatkan aksi dan peristiwa yang

digunakan oleh seorang komunikator, yaitu setiap kali kalimat yang dituturkan, komunikator berkehendak untuk menyampaikan sesuatu yang harus didengar dan dipahami oleh pendengarnya (Mashudi, 2013). Strategi komunikasi adalah perpaduan dari komunikasi serta manajemen komunikasi guna mencapai tujuan tertentu. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka di dalam strategi komunikasi harus dapat menggambarkan bagaimana langkah taktis yang perlu dilakukan (Rachmadani, 2013). Strategi dapat dikatakan sebagai penunjang agar tujuan kita bisa tercapai. Dengan menggunakan strategi komunikasi kita dapat mengetahui apa tindakan yang harus kita lakukan dan bagaimana cara kita melakukan rencana-rencana yang akan kita lakukan. Dengan strategi komunikasi pula kita dapat melakukan manajemen kegiatan perencanaan untuk mencapai tujuan instansi. Maka dari itu strategi komunikasi sangat dibutuhkan agar proses komunikasi berjalan sesuai dengan rencana dan tidak menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan terjadi.

Dalam membangun komunikasi yang baik dan tercapainya tujuan yang sudah ditetapkan, maka sangat penting bagi suatu instansi memiliki suatu unit ataupun bagian yang fokus dalam menjalankan fungsinya untuk membangun komunikasi yang baik tersebut. Dalam hal ini hubungan masyarakat atau bisa juga disebut Humas, merupakan bagian yang tidak terlepas dari suatu lembaga atau instansi. Hal tersebut dikarenakan Humas berkaitan dengan citra suatu lembaga yang menjadi tanggung jawab Humas sebagai fasilitator komunikasi baik itu dengan khalayak ataupun dengan bagian internal instansi tersebut. Humas merupakan suatu susunan kegiatan yang dirangkai sedemikian rupa untuk kegiatan kampanye atau program terpadu yang

dilakukan secara teratur dan berkesinambungan (Butterick, 2012).

Menurut Ruslan, humas adalah gabungan antara seni dan fungsi manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan marketing untuk membentuk supaya perusahaan atau lembaga, ide yang ditawarkan, serta nama dan produknya diminati dan mendapat kepercayaan dari publiknya (Amani & Djuwita, 2021). Grunig & Hunt (1984) menjelaskan bahwa humas merupakan fungsi manajemen komunikasi yang dimana ini merupakan tantangan humas dalam membangun serta mengembangkan sistem tata kelola terkait informasi publik secara baik dengan cara menggunakan standar penyebaran informasi (Budhirianto, 2017). Selanjutnya *Public Relations Society of America*, "*Public relations is a strategic communication process that build mutually beneficial relationships between organizations and their communities*" yang mencerminkan bahwa peran Humas begitu penting karena merupakan bagian yang melakukan suatu proses komunikasi yang strategis dengan tujuan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan diantara organisasi dan komunitasnya (Herika, 2018).

Peran Humas tidak hanya sebagai unit yang menjalankan komunikasi yang baik dengan anggota internal maupun eksternal dari suatu instansi, tetapi Humas juga berperan untuk menjalin hubungan yang baik dengan media. Maka dari itu Humas merupakan jembatan penghubung antara instansi dengan pers yang dimana instansi juga memerlukan bantuan pers atau media untuk menyalurkan informasi dengan skala lebih luas. Fakta lainnya menyebutkan bahwa Humas sebagai mediator antara wartawan sebagai media dengan narasumber yang beradadi perusahaan atau instansi tempat Humas itu berada

(Darmastuti, 2012). Hubungan media sangat erat kaitannya dengan hubungan masyarakat karena media merupakan salah satu jalan untuk Humas menjalankan fungsinya sebagai *media center* dimana perannya adalah sebagai wadah informasi mengenai kegiatan yang dilakukan di dalam suatu instansi ataupun lembaga. Informasi yang diberikan oleh Humas kemudian akan didistribusikan kepada media dengan perantara wartawan atau jurnalis yang bermitra dengan Humas instansi tersebut. Hubungan media merupakan serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan media komunikasi untuk melancarkan kegiatan publisitas atau merespon kepentingan yang dibutuhkan media kepada organisasi (Darmastuti, 2012). Hal penting yang harus diperhatikan oleh praktisi Humas dalam menjalin hubungan yang baik dengan media adalah memahami dan melayani media setiap saat, membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya oleh media, menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat, dan membangun hubungan personal yang kokoh dengan media (Darmastuti, 2012).

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan oleh peneliti menunjukkan pentingnya hubungan media dalam keberlangsungan pekerjaan seorang Humas. Selain itu, juga melihat bagaimana peran media, agar hubungan media ini berjalan dengan baik dan efektif serta tujuan dapat tercapai, maka sangat dibutuhkan strategi komunikasi untuk membangun hubungan media yang baik antara praktisi humas dan media. Sehubungan dengan dibutuhkannya strategi komunikasi pada suatu instansi atau lembaga untuk membangun atau menciptakan hubungan yang baik antara instansi dan media massa, maka dari itu Humas Polresta Serang Kota sebagai wadah informasi kegiatan

anggota kepolisian Polresta Serang Kota harus memiliki strategi komunikasi guna mencapai tujuan yang sudah ditetapkan yakni membangun hubungan yang baik dengan media.

Hasil observasi peneliti di lapangan, maka yang menjadi fokus masalah pada penelitian ini adalah strategi komunikasi Humas Kepolisian Resor Kota Serang Kota Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media adalah peneliti ingin mengkaji secara lebih dalam bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota dalam upaya untuk membangun hubungan yang baik dengan media di wilayah Kota Serang. Karena pada kenyataannya kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas Polresta Serang Kota tidak bisa terlepas dari media yang berperan sangat penting dalam mempublikasikan kegiatan yang telah dilaksanakan instansi Polresta Kota Serang Kota.

Hubungan media yang terjalin antara Humas dan pihak media dalam hal ini wartawan tidak hanya hubungan secara formal, akan tetapi hubungan media yang terjalin antara kedua instansi dan organisasi ini juga sudah masuk ke ranah komunikasi personal. Dapat dilihat dari data di atas bahwa Humas Polresta Serang Kota mengunjungi Sekretariat Wartawan Kota Serang untuk menjalin silaturahmi dengan media yang berada di wilayah hukum Polresta Serang Kota. Kegiatan kunjungan ini dilaksanakan guna membangun hubungan personal yang kokoh antara kedua pihak. Tidak hanya dengan mengunjungi Sekretariat Pokja Wartawan Kota Serang tetapi Humas Polres Serang Kota juga melibatkan media dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh anggota kepolisian Polresta Serang Kota Polda Banten. Salah satu kegiatan yang melibatkan media dalam pelaksanaannya adalah *press conference* ungkap kasus yang

dilaksanakan di Mapolresta Serang Kota yang dipimpin oleh Kapolresta Serang Kota AKBP Maruli Ahiles Hutapea, S.I.K., M.H. Pelibatan media dalam kegiatan *press conference* ini bertujuan untuk publisitas, di mana mengingat media massa sebagai media informasi yang menyampaikan informasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Polresta Serang Kota kepada masyarakat secara terbuka, jujur, dan benar.

Teori yang digunakan pada penelitian ini *Theory of 4 Steps of Public Relations of Cutlip, Center & Broom* (2005) yang menyebutkan bahwa ada empat langkah yang harus dilakukan seorang praktisi humas untuk mencapai tujuan tertentu yaitu mendefinisikan masalah, menyusun strategi atau program, implementasi program, dan evaluasi program. Empat tahapan ini akan digunakan untuk merumuskan strategi yang akan digunakan dalam upaya mencapai proses strategi komunikasi. Pertama, mendefinisikan masalah atau melakukan analisis situasi, tahap ini mencakup penyelidikan mengenai opini, sikap, dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan organisasi.

Langkah ini merupakan langkah dasar yang menjadi tumpuan dari semua langkah dalam proses pemecahan masalah dengan menentukan “apa yang saat ini sedang terjadi?”. Kedua, tahap menyusun strategi, dalam tahap ini informasi yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya akan digunakan untuk membuat putusan mengenai program, tujuan, tindakan, strategi serta taktik dan tujuan komunikasi. Pada langkah kedua ini akan muncul pertanyaan “apa yang sebaiknya dilakukan?”. Ketiga, penerapan atau implementasi strategi, pada tahap ketiga ini mencakup pelaksanaan dari program yang telah dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pada tahap ini akan melahirkan pertanyaan “Siapa, kapan, dimana dan bagaimana

strategi itu dilakukan?”. Keempat, evaluasi program, pada tahap terakhir ini mencakup penilaian dari tahap awal sampai tahap dimana strategi tersebut dilaksanakan. Setelah terlaksananya program maka akan dilakukan evaluasi guna mengetahui berhasil atau tidaknya program yang dibuat.

Langkah-langkah dalam teori yang digunakan oleh peneliti, relevan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Syahir Badrudin, Anita Trisiah, dan Deska Hariyanti yang berjudul Strategi Humas Polres Pagaralam dalam Mensosialisasikan Pencegahan Pencurian Kendaraan Bermotor. Penelitian ini menjelaskan mengenai strategi yang dilakukan oleh Humas Polres Pagaralam dalam pencegahan pencurian kendaraan bermotor guna mengedukasi dan memberikan himbauan kepada masyarakat agar lebih berhati-hati dalam menyimpan kendaraan bermotornya (Badrudin, 2018).

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu fokus penelitian mengenai strategi Humas Polres Pagaralam yang di mana dalam penelitian terdahulu menunjukkan strategi yang digunakan, implementasi strategi dan juga evaluasi strategi yang dilakukan oleh Humas Polres Pagaralam dalam mensosialisasikan pencegahan pencurian kendaraan bermotor. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah objek dan sasaran yang dituju oleh peneliti, dalam hal ini objek penelitian yang terdapat dalam penelitian terdahulu yaitu Humas Polres Pagaralam dan sasaran strategi yang dibuat oleh Humas Polres Pagaralam adalah pengendara kendaraan bermotor serta masyarakat umum.

Hasil dari penelitian terdahulu yaitu memformulasikan strategi dilakukan dengan menentukan sasaran yaitu meningkatkan ketertiban, meningkatkan kesadaran keamanan

dalam berkendara serta meningkatkan peranan masyarakat dalam pencegahan pencurian kendaraan bermotor, tujuannya yaitu menginformasikan pentingnya menjaga keamanan kendaraan bermotor kemudian mengidentifikasi khalayak yakni pengguna kendaraan bermotor dan masyarakat umum. Implementasi strategi dilakukan dengan cara menetapkan kebijakan dan aturan dari peraturan yang dikeluarkan oleh Kapolri, melakukan strategi komunikasi dengan menyebarkan informasi melalui media cetak, radio dan memanfaatkan media sosial, serta *spoken words* atau pesan lisan yang disampaikan oleh anggota kepolisian. Dalam tahap evaluasi strategi disebutkan bahwa strategi yang dilaksanakan oleh Humas Polres Pagaralam dalam mensosialisasikan pencegahan pencurian kendaraan bermotor sudah berjalan cukup baik dari setiap strategi yang sudah dilaksanakan oleh anggota Kepolisian Humas Polres Pagaralam yang dibantu oleh Bhabinkamtibmas (Badrudin, 2018).

Penelitian terdahulu kedua dilakukan oleh Elvira Juwita Saraswati, Rosnandar Romli dan Ruchiat Nugraha yang berjudul Kegiatan Hubungan Media pada Direktorat Komunikasi Publik di Universitas Padjajaran. Penelitian ini menjelaskan tahapan strategi yang dilakukan oleh Universitas Padjajaran dalam mencapai misi menjadi *transformative university*. Strategi komunikasi yang dilakukan terdiri dari tahap perumusan kebutuhan publikasi, tahap perencanaan, tahap implementasi dan tahap evaluasi pada program Unpad Merespon. Terdapat perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni terletak dalam pemilihan objek dimana peneliti terdahulu meneliti Direktorat Komunikasi Publik di Unpad sebagai objek penelitian. Sedangkan persamaan yang terdapat

dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pada fokus penelitian yakni kegiatan hubungan media yang juga menjadi salah satu fokus penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti serta terdapat persamaan target sasaran strategi yang dilakukan oleh Direktorat Komunikasi Publik yakni wartawan yang menjadi target.

Hasil penelitian yang terdahulu yakni para civitas Unpad melakukan pendekatan komunikasi secara interpersonal yang konsisten serta pelayanan informasi yang responsif dari pejabat Humas kepada wartawan yang kemudian menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Hubungan tersebut berlangsung secara informal dengan peran media sebagai bagaian yang aktif dalam publikasian informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sehingga program yang dibuat oleh Unpad yang memenuhi kebutuhan media mengenai informasi dan Unpad mendapat publikasi dari media mengenai kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh civitas Universitas Padjajaran (Saraswati, Romli, & Nugraha, 2019).

Penelitian terdahulu yang ketiga tentang Strategi ASIAPR dalam memperkuat hubungan media dengan forum wartawan (FORWOT). Penelitian terdahulu ini menjelaskan mengenai bagaimana strategi yang dilakukan oleh AsiaPR dalam upaya untuk memperkuat hubungan media dengan Forum Wartawan Otomotif (FORWOT), dikarenakan setiap peluncuran produk otomotif baru sering kali menggunakan *press conference* sebagai sarana dalam penyampaian promosi produk oleh orang yang memiliki kredibilitas tinggi. Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa konsultan AsiaPR dalam membangun hubungan media dengan FORWOT dengan melakukan pendekatan secara personal antara konsultan dengan FORWOT dan media secara langsung. Kegiatan *media relations* ini

juga menghasilkan manfaat bagi AsiaPR dalam kegiatannya sebagai konsultan *public relations* diantaranya tercapainya target media yang ditentukan oleh klien perusahaan (Gifari & Purnama, 2017).

Nilai kebaruan atau *novelty* yang terdapat dalam rencana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dari kondisi di lapangan, dimana pada tahun 2022 Polres Serang Kota Polda Banten resmi naik tipe menjadi Polresta Serang Kota yang sesuai dengan Surat Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor B/42/M.KT.01/2022 tanggal 11 Januari 2022 yang ditandatangani langsung oleh Menteri PAN RB, Tjahjo Kumolo. Kenaikan tipe ini kemudian akan merubah struktur kelembagaan Polres Serang Kota yang semulanya dipimpin oleh anggota kepolisian yang berpangkat Ajun Komisaris Besar Polisi atau AKBP menjadi dipimpin oleh anggota kepolisian berpangkat Komisaris Besar Polisi atau Kombes Pol. Hal ini membuat penelitian ini berbedadengan penelitian yang terkait dengan instansi kepolisian khususnya objek kepolisian resor.

Alasan peneliti memilih Humas Polresta Serang Kota sebagai objek dalam penelitian ini adalah ingin menjelaskan strategi komunikasi Humas Polresta Serang Kota yang merupakan wadah informasi kegiatan Polresta Serang Kota dalam menjalin hubungan dengan media yang masih belum secara utuh terjalin dan terimplementasikan secara responsif.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penggunaan metode deskriptif adalah untuk menjelaskan, menerangkan serta menjawab secara detail permasalahan yang diteliti serta mempelajari suatu kelompok (Sugiyono, 2018). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti, ingin menjelaskan, mendalami, serta mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Polresta Serang Kota. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan suatu cara penentuan informan yang ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan yang mendalam yang berikatan dengan fokus yang diteliti serta tujuan dari peneliti (Sugiyono, 2018).

Peneliti menentukan kriteria informan pada penelitian ini, yang sesuai dengan latar belakang penelitian, yaitu wartawan mitra yang bekerja sama dengan Humas Polresta Serang Kota, memiliki pengalaman bekerja sebagai wartawan minimal 5 tahun dan bersedia memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Adapun yang dipilih oleh peneliti sebagai informan dalam penelitian ini karena telah memenuhi kriteria adalah sebagai berikut:

METODE PENELITIAN

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Profesi
1.	Yandhi Deslatama	Laki-laki	34	Wartawan
2.	Yandi Sofyan	Laki-laki	30	Wartawan
3.	Mildaniati	Perempuan	30	Wartawan

Sumber: hasil penelitian, 2022

Narasumber dalam penelitian adalah orang yang paham serta mengetahui informasi terkait objek penelitian yang akan diteliti (Sugiyono, 2018). Peneliti telah menentukan kriteria narasumber yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut, ahli dalam bidang kehumasan baik itu sebagai akademisi maupun praktisi media yang

bekerja sama dengan Humas Polresta Serang Kota, bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dan memiliki pemahaman terkait objek penelitian yakni Humas Polresta Serang Kota. Adapun data orang-orang yang menjadi narasumber pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2. Data Narasumber Penelitian

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Profesi
1.	Teguh Akbar Idham	Laki-laki	32	Ketua PWI Kota Serang
2.	Haryadi Mujianto, S.E., M.M., M.Si.	Laki-laki	36	Tenaga Pengajar

Sumber: hasil penelitian, 2022

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara mendalam, studi dokumentasi dan studi kepustakaan (Sugiyono, 2018). Sedangkan analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara terstruktur dengan mengkategorikan, menjabarkan, melakukan analisis sehingga mudah dipahami (Sugiyono, 2018). Proses analisis yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan adalah triangulasi. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber data yakni membandingkan dan juga memeriksa kembali keabsahan suatu informasi yang didapat dalam waktu serta cara yang berbeda (Nurhadi & Suseno, 2021). Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan serta memanfaatkan data yang lain. Triangulasi sumber ditelaah sesuai derajat kepercayaan informasi atau data yang telah diperoleh dari sumber (Moleong L. J., 2015).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Mendefinisikan Masalah

Langkah pertama yang harus dilakukan oleh seorang public relations dalam tugasnya

untuk mencapai tujuan dari sebuah organisasi adalah dengan mendefinisikan masalah atau melakukan analisis situasi. Analisis situasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menganalisis bagaimana perilaku dan opini dari pihak-pihak yang terkait dengan Humas Polresta Serang Kota.

Adapun hubungan yang terjalin antara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan rekan wartawan seperti yang dijelaskan peneliti dalam latar belakang yaitu hubungan yang terjalin tidak hanya hubungan secara formal saja akan tetapi hubungan media yang terjadi antara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan awak Media juga sudah masuk ke ranah personal. Hal itu diuraikan kembali oleh pernyataan yang diungkapkan oleh informan 1 sebagai berikut:

“komunikasi terus alur informasi dua arah baik dari temen-temen wartawan ataupun dari Polres itu kita sudah berjalan dengan baik selama beberapa tahun terakhir ini, pola pendekatan juga bukan hanya pola pendekatan formal ya dalam artian Polres tidak hanya memberika press realease atau informasi tapia da juga dijalin kedekatan secara emosional antar individunya” (Informan 1, 2022).

Seperti yang disampaikan oleh informan 1 bahwa hubungan yang terjalin antara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan Media bersifat secara formal dan juga secara emosional. Adapun Humas Polresta Serang Kota menyediakan ruang untuk insan pers menjalin sinergitas yang baik disampaikan oleh informan 2 sebagai berikut:

“saya sepakat dari yang disampaikan Bang Yandhi dan hanya ingin sedikit menambahkan, karena kan indikatornya dengan menyediakan ruang untuk insan pers aja itu menjadi satu indikasi bahwa Humas Polresta Serang Kota juga membuka ruang untuk wartawan bisa menjalin sinergitas dan komunikasi yang baik dengan Humas Polresta Serang, karena tidak semua Polres menyediakan ruang itu mungkin salah satunya Cuma ada di Polresta Serang Kota ini, maka dari itu ada komunikasi yang terjalin secara normatif maupun secara persuasif “ (Informan 2, 2022).

Informan 3 menambahkan bahwa sikap dan pelayanan Humas Polresta Serang Kota kepada wartawan adalah salah satu alasan mengapa hubungan antara Humas Polresta Serang Kota dan Media terjalin dengan baik, hal ini sesuai dengan pernyataan Bu Melda (informan 3) sebagai berikut: *“menurut saya sikap dan perilaku dari anggota Humas Polresta Serang Kota kepada temen-temen wartawan itu tidak arogan yaa dan sangat humble, jadi kita juga gak sungkan untuk membuka interaksi dan komunikasi dengan mereka” (Informan 3, 2022)*

Selanjutnya ditemukan fakta bahwa wartawan dalam memposisikan diri saat bekerja sama dengan Humas Polresta Serang Kota lebih banyak berkomunikasi secara santai. Seperti yang dipaparkan oleh informan 1:

“kita tidak memposisikan diri dalam bentuk formal ya, jadi walaupun temen-temen wartawan tetap terikat dengan kode etik jurnalistiknya tapi semuanya kan tidak harus dilakukan secara formal jadi polisi berdiri

dengan aturannya sendiri dan wartawan berdiri dengan kode etik jurnalistiknya tapi selama ini kita tetep saling menghargai walaupun selama ini ga selalu formal jadi lebih banyak memposisikan diri secara santai karena kan kalau terlalu formal itu kan kaku yaa akhirnya akan ada batasan-batasan yaa” (Informan 1, 2022).

Pernyataan tersebut juga didukung oleh pernyataan dari informan 2 bahwa walaupun komunikasi dilakukan secara santai namun harus tetap sesuai aturan dan ketetapan dari kode etik jurnalistik. Berikut pernyataan lengkapnya:

“kalua kita sesuai kode etik jurnalistik aja sebenarnya, komunikasi dilakukan secara santai tapi ketika kita sedang melaksanakan tugas yaa harus sesuai dengan kode etik jurnalistik dan polsi dengan aturan mainnya juga, tentu ada poin-poin yang harus diperhatikan yang dimana kita harus menempatkan diri secara professional sedekat apapun hubungan antara anggota kepolisian dengan wartawan” (Informan 2, 2022).

Informan 3 memiliki pendapat yang sama bahwa profesionalitas antara wartawan dengan anggota Humas Polresta Serang Kota sangat terjalin dengan baik, sebagai berikut:

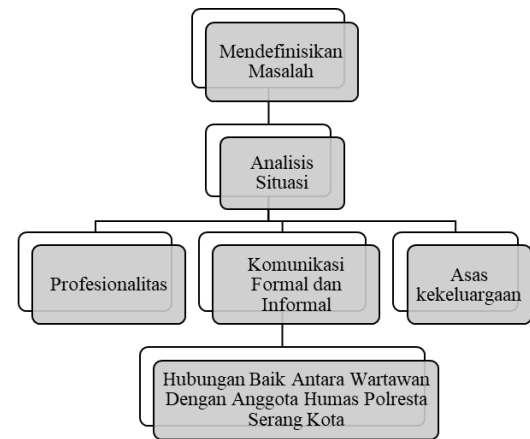
“nahh kalau soal profesionalitas antara wartawan dan anggota Humas Polresta yaa jangan ditanyakan lagi, itu sudah berlangsung sangat baik sejauh ini karena kita bisa memposisikan diri kapan harus serius dan kapan harus santai mengobrol bahkan bercanda dengan anggota humas” (Informan 3, 2022).

Hal ini bersangkutan dengan yang disampaikan oleh Narasumber 2 sebagai narasumber dalam penelitian ini mengenai hubungan yang terjalin antara Anggota Humas dengan Media memang harus terjalin dengan baik karena Media dan Humas saling membutuhkan. *“ya memang harus terjalin dengan baik karena kan memang Media itu butuh berita*

dari Humas sedangkan Humas sendiri butuh Media untuk aktivitas humasnya, intinya hubungan baik harus terjalin karena kedua pihak ini saling membutuhkan dan saling menguntungkan” (Narasumber 2, 2022).

Serupa dengan pernyataan yang disampaikan oleh narasumber 2, narasumber 1 juga berpendapat bahwa sangat penting bagi Humas Polresta Serang Kota untuk membangun komunikasi yang baik karena segala bentuk kegiatan yang dilakukan Humas Polresta Serang Kota selalu berkaitan dengan Media. *“oh itu sangat perlu untuk membangun komunikasi yang baik dengan Media, yak arena kan setiap kegiatan Humas di Polresta Serang Kota pasti membutuhkan bantuan temen-temen Media yaa, begitupun temen-temen Media membutuhkan press realease untuk kepentingan pekerjaan mereka”* (Narasumber 1, 2022).

Berdasarkan jawaban ketiga informan serta kedua narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan yang terjalin antara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan wartawan terjalin sangat baik dengan komunikasi yang berlangsung secara formal maupun secara personal, hal ini disebabkan karena masing-masing pihak baik itu pihak kepolisian maupun pihak wartawan sama-sama saling menjaga profesionalitas dan juga wartawan menerapkan kode etiknya dan anggota Humas Polresta Serang Kota menerapkan aturan serta regulasi dari instansinya. Sehingga terbentuklah hubungan yang baik antara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan awak Media. Berikut bagan dari rangkaian hasil penelitian terkait dengan pendefinisian masalah.



Bagan 1. Hasil Penelitian Dalam Pendefinisian Masalah

Menyusun Strategi

Setelah menemukan data serta fakta sehingga dibuatnya sebuah strategi yang diharapkan dapat membangun hubungan yang lebih baik lagi antara Humas Polresta Serang Kota dengan Media, maka tahap ini tidak kalah penting karena sebuah strategi atau program harus jelas perencanaan dan penyusunannya agar sebuah program dapat berhasil dilaksanakan. Dalam penelitian ini, yang melakukan tahap tersebut adalah Humas Polresta Serang Kota.

Hubungan media yang berlangsung antara Humas Polresta Serang Kota dengan Media sudah berlangsung cukup lama sejak peresmian Polres Serang Kota yang sebelumnya masih berstatus Polres Serang pada tahun 2016 dan sekarang naik level menjadi Polresta Serang Kota pada tahun 2022. Humas Polresta Serang Kota tentu saja perlu untuk mempelajari karakteristik para awak media yang bekerja sama dengan Humas Polresta Serang Kota guna mempermudah penyusunan strategi maupun programnya, hal tersebut disetujui oleh informan 1, sebagai berikut: *“oh yaa bukan Cuma di Polresta Serang Kota menurut saya, baik itu di Mabes ataupun tingkat Polda dan Polres itu pasti mereka sudah mempelajari karakteristik masing-masing media karena kan ini kebutuhannya untuk*

kebutuhan pemberitaan dari Polri sendiri ya” (Deslatama, 2022).

Selain itu juga ditemukan alasan Humas Polresta Serang Kota dalam mempelajari karakteristik Media adalah bukan hanya untuk mempelajari karakteristik dari media itu sendiri tetapi juga guna menjalin hubungan yang lebih bersifat kekeluargaan dengan wartawan, hal ini diungkapkan oleh informan 2 sebagai berikut:

“iya tentu saja, karena itu juga akan membantu anggota kepolisian dalam menjalankan tugasnya yang berkaitan dengan media, dari beberapa kasus yang saya ikuti juga terlihat sekali bagaimana mereka merespon teman-teman wartawan secara responsif dan dari obrolan pun mereka kerap bertanya perihal bagaimana media mengolah suatu informasi yang dimana itu menjadi indikator bahwa mereka sangat terbuka untuk mempelajari karakteristik dari setiap awak media” (Informan 2, 2022).

Kedua pernyataan tersebut didukung oleh informan 3 sebagai salah satu wartawan yang juga sering bekerja sama dengan Humas Polresta Serang Kota, sebagai berikut: *“oh itu sudah pasti, karena itu juga menjadi sebuah cara agar anggota kepolisian dapat berkomunikasi secara tepat dengan teman-teman media ya”* (Informan 3, 2022).

Pernyataan ketiga informan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mempelajari karakteristik media sangat penting dilakukan oleh anggota Humas Polresta Serang Kota, hal tersebut kemudian merujuk kepada langkah apa yang seharusnya diambil oleh Humas Polresta Serang Kota dalam upayanya membangun hubungan baik dengan Media. Informan 1 menjelaskannya sebagai berikut:

“langkah yang seharusnya dilakukan anggota Humas Polresta Serang Kota untuk mempelajari media salah satunya dengan cek di Alexa.com yang dimana dari situs itu kita bisa lihat ranking media dan kredibilitas dari media-media tersebut, itu dapat

mempermudah anggota kepolisian dalam mempelajari Media” (Informan 1, 2022).

“tambahan dari saya sih pertama banyak membaca kemudian kedua banyak bertanya, karena menurut saya perualan yang ada di institusi Polri cukup pelik ya karena rotasi yang mereka lakukan ini kan cepet banget, seperti anggota yang sudah mahir dalam kehumasan kemudian digantikan dengan anggota yang baru yang tentu saja membutuhkan waktu untuk menyesuaikan diri dan harus belajar lagi, menurut say aitu sih yang menjadi PR kepolisian” (Informan 2, 2022).

Informan 2 berpendapat bahwa langkah yang seharusnya diambil oleh anggota Humas Polresta Serang Kota adalah dengan tetap bersikap responsif, pernyataan lengkapnya sebagai berikut:

“ya menurut saya mudah saja, anggota Humas Polresta Serang Kota harus tetap responsif terhadap segala situasi baik itu dalam bertugas atau di waktu senggang dengan mengobrol atau membuka forum berdiskusi dengan teman-teman media ya” (Informan 2, 2022)

Narasumber 1 menerangkan bahwa strategi serta program yang direncanakan oleh Humas Polresta Serang Kota sudah cukup baik karena dengan rencana strategi tersebut diharapkan dapat terbentuknya suatu hubungan media yang baik.

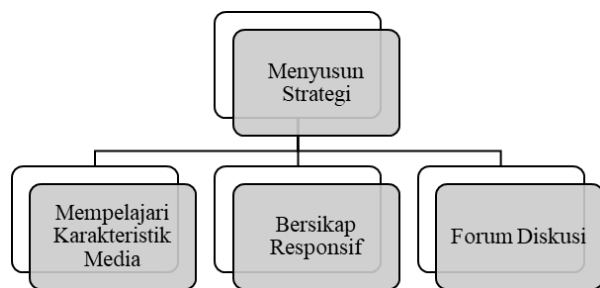
“menurut saya rencana strategi yang telah dirancang oleh anggota Humas Polresta Serang Kota sudah sangat memperhatikan rekan-rekan Media ya, sebagai ketua PWI Kota Serang pun saya merasa senang bekerja sama dengan Humas Polresta Serang Kota dan diharapkan dengan rencana strategi ini dapat menumbuhkan komunikasi serta hubungan yang baik diantara kedua belah pihak” (Narasumber 1, 2022).

Narasumber 2 menambahkan bahwa dilihat dari perencanaan strateginya, langkah yang

diambil Humas Polresta Serang Kota sudah cukup baik.

“kalau dilihat dari perencanaan strateginya sih menurut saya sudah cukup baik ya, karena memang penting sekali untuk mempelajari karakteristik media supaya kita juga bisa tepat dalam bersikap terhadap awak media yang bekerja sama dengan kita” (Narasumber 2, 2022)

Bisa disimpulkan dari jawaban ketiga informan serta kedua narasumber, langkah yang seharusnya diambil oleh anggota Humas Polresta Serang Kota dalam upayanya membangun hubungan baik dengan Media adalah dengan mempelajari karakteristik media serta bersikap responsif di dalam segala situasi sangat tepat. Berikut bagan dari rangkaian hasil penelitian terkait dengan menyusun strategi.



Bagan 2. Hasil Penelitian Dalam Menyusun Strategi

Mengenai Implementasi Strategi

Setelah dilakukan kedua tahap di atas, maka tahap selanjutnya adalah bagaimana bentuk komunikasi yang dilakukan anggota Humas Polresta Serang Kota terhadap wartawan dalam pelaksanaan strategi komunikasinya. Saat ini media sosial sangat berpengaruh terhadap keberhasilan Humas Polresta Serang Kota dalam upayanya untuk membangun hubungan baik dengan Media seperti yang dikatakan oleh Pak Yandhi (informan 1) sebagai berikut:

“bentuk komunikasinya sih yaa melalui whatsapp grup ya atau lewat pesan pribadi

atau telepon, kalau lagi gaada berita sih kita ya becandaan aja di wa grup pokonya komunikasinya sebisa mungkin dibentuk supaya ga kaku, bahkan sampe kita ngadain acara makan bareng atau kumpul sama anggota Humasnya yaa” (Deslatama, 2022).

Informan 1 menambahkan bahwa bentuk komunikasi yang dibangun bukan hanya asas profesi tetapi juga asas pertemanan bahkan kekeluargaan, sebagai berikut:

“untuk sekarang sih bentuk komunikasi yang dibangun bukan hanya asas profesi tetapi juga asas pertemanan bahkan kekeluargaan, bagaimana mereka membanfun pola komunikasi yang ga kaku supaya teman-teman media lebih nyaman aja, bukan hanya bentuk komunikasinya yang membuat teman-teman media nyaman tetapi juga fasilitas yang diberikan Humas Polresta Serang Kota yang bikin kita sebagai pihak eksternal Polri juga merasa nyaman, khususnya di ruangan media center yaa” (Informan 1, 2022).

Menurut Informa 2, bentuk komunikasi yang dilakukan oleh anggota Humas Polresta Serang Kota sangat menjunjung tinggi rasa saling menghormati, berikut pernyataan lengkapnya:

“menurut saya ya anggota Humas Polresta Serang Kota itu sangat menyenangkan, karena mereka gak pernah mebeda-bedakan profesi, selalu ramah dan ya saling menghormati aja bahkan mereka juga melontarkan candaan, pokonya mereka membuat suasana yang menyenangkan supaya temen-temen media juga enjoy” (Informan 2 2022).

Bentuk komunikasi yang dilakukan oleh anggota Humas Polresta Serang Kota sangat fleksibel dimana anggota Humas Polresta Serang Kota berkomunikasi dengan wartawan melalui media sosial *Whatsapp*, bahkan mengadakan acara makan bersama di luar kepentingan pekerjaan dan juga menyediakan fasilitas *media center* yang nyaman. Hal inilah yang membuat hubungan antara anggota Humas Polresta Serang Kota dan

Media selalu terpelihara dengan baik. Ini juga tidak terlepas dari kontribusi wartawan sebagai awak Media dalam terjalinnya hubungan yang baik antara Humas Polresta Serang Kota dengan Media, seperti yang dikatakan Informan 2: *“bentuk kontribusi dari kita teman-teman media yang membantu jalannya acara yang diselenggarakan sama Humas Polresta Serang Kota yang, contohnya kalau ada undangan acara makan bersama kita pasti datang meramaikan, kalau kepolisian membutuhkan bantuan teman-teman media untuk meliput kegiatan press conference kasus ya kita pasti datang juga untuk meliput”* (Informan 2, 2022)

Informan 3 menambahkan bahwa wartawan berkontribusi dalam proses publikasi informasi yang berkaitan dengan kegiatan Polri, sebagai berikut: *“ya kita symbiosis mutualisme aja, karena kan Polri memberi kita berita dan kita juga membantu untuk mempublikasikan kegiatan yang dilaksanakan oleh Polri, khususnya di wilayah hukum Polresta Serang Kota ya”* (Informan 3, 2022)

Informan 2 menambahkan bahwa Polresta Serang Kota juga pernah menyelenggarakan workshop dengan melibatkan wartawan, sebagai berikut:

“selain program-program Humas yang sudah disebutkan, Polresta Serang Kota juga pernah mengadakan workshop dengan media, workshopnya tentang bagaimana cara pengambilan angle kamera yang tepat agar hasil foto ataupun video untuk keperluan konten informasi bisa lebih rapi dan juga menarik bagi masyarakat” (Informan 2, 2022).

Menurut Ketua PWI Kota Serang, ia menjelaskan bahwa strategi program yang telah dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota sangat baik dan juga mengedepankan kepentingan rekan-rekan media.

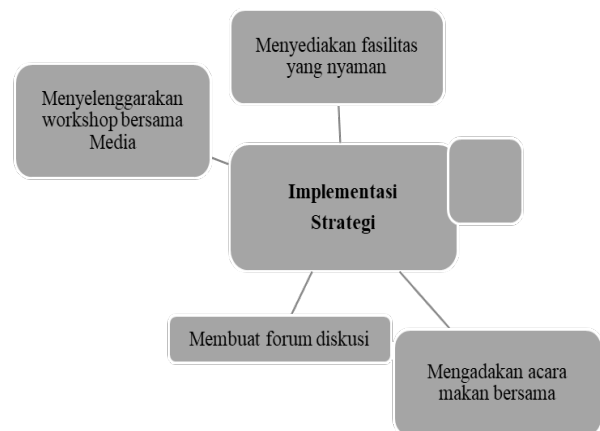
“kalau pendapat saya karena saya juga sering bekerjasama dengan Humas Polresta Serang Kota ya, saya lihat program yang dilakukan

sudah sangat bagus dengan mengedepankan kepentingan rekan-rekan media tentu saja akan membuat simpati dan empati dari rekan-rekan media juga terbentuk” (Teguh, 2022).

Kemudian narasumber 2 menambahkan bahwa pada saat proses implementasinya Humas Polresta Serang Kota harus berhati-hati dan harus teliti agar program bisa terlaksana dengan baik serta mendapatkan hasil yang positif baik itu bagi anggota Humas Polresta Serang Kota maupun bagi media.

“pada saat mengimplementasikan strateginya, Humas Polresta Serang Kota harus sangat berhati-hati dan teliti agar programnya dapat terlaksana dengan baik dan mendapatkan hasil yang positif pula bagi kedua pihak baik itu dari instansi kepolisian ataupun dari media, namun dilihat dari data-data yang telah diberikan menurut saya sudah cukup baik ya programnya” (Narasumber 2 2022).

Berikut bagan dari rangkaian hasil penelitian terkait dalam implementasi strategi.



Bagan 3. Hasil Penelitian Dalam Implementasi Strategi

Mengenai Evaluasi

Tahap terakhir dari model komunikasi ini adalah mengevaluasi dari apa yang telah dilakukan untuk menilai sejauh mana program atau strategi tersebut berjalan, berhasil atau tidak berhasil, serta

apa yang harus diperbaiki jika kedepannya akan dilaksanakan program yang serupa. Pada penelitian ini membahas sejauh mana strategi komunikasi Humas Polresta Serang Kota, berhasil atau tidak upayanya untuk membangun hubungan baik dengan Media.

Pada pelaksanaan program atau strategi tentu saja harus dilakukan evaluasi di akhir kegiatan, begitupun strategi yang dilakukan Humas Polresta Serang Kota. Informan 1 menerangkan bahwa kinerja dari anggota Humas Polresta sudah sangat baik, lengkapnya sebagai berikut: *“kalau menurut saya kinerjanya sudah sangat baik, mengingat bahwa personel Humas Polresta Serang Kota hanya sebanyak 3 orang tapi mereka bisa memaksimalkan kinerjanya”* (Informan 1, 2022).

Pernyataan yang diungkap oleh informan 1 dan 2 menyebutkan bahwa: *“ dalam membangun komunikasi dengan teman-teman media sih sudah cukup baik ya, karena ya mengingat anggotanya hanya ada 3 orang dengan skala wilayah yang luas di wilayah hukum Polresta Serang Kota”* (Informan 1 dan 2, 2022).

Setiap strategi atau program yang dilaksanakan dan kemudian dilakukan evaluasi, tentu saja selalu ada kekurangan yang muncul, hal ini dibuktikan dari pernyataan Informan 2 yang menilai bahwa setiap rotasi dan mutasi yang dilakukan oleh Polri terkadang bisa menghambat komunikasi yang berlangsung antara wartawan dan anggota kepolisian, sebagai berikut:

“nah kalau soal evaluasi, menurut saya walaupun kinerja anggota Humas Polresta Serang Kota sudah bagus, tapi dikarenakan adanya rotasi dan mutasi di lingkup Polri itu terkadang bisa menghambat berlangsungnya komunikasi karena kan setiap individu mempunyai cara yang berbeda dalam berkomunikasi, jadi butuh waktu lagi untuk beradaptasi” (Informan 2, 2022).

Informan 2 dan informan 3 sependapat bahwa kurangnya personel di Humas Polresta

Serang Kota menjadi salah satu kekurangan dari Humas Polresta Serang Kota, selengkapnya sebagai berikut:

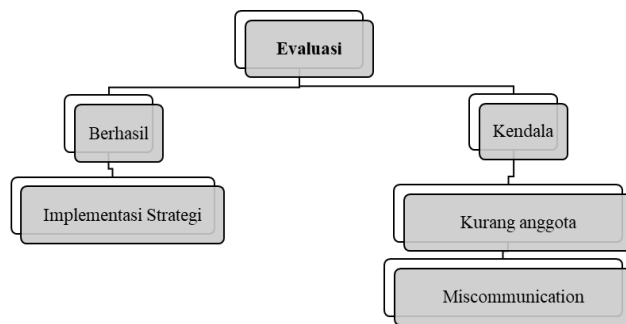
“salah satu catatan untuk Humas Polresta Serang Kota sih yaa paling kurangnya anggota itu terkadang jadi hambatan karena kan banyak sekali tugas mereka sedangkan hanya 3 orang yang handle, ga jarang juga press conference terlambat dilaksanakan karena adanya miscommunication” (Informan 2 dan 3, 2022).

Ketua Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Serang mengungkapkan bahwa dalam setiap strategi atau program yang direncanakan kemudian diterapkan pasti akan selalu dilakukan evaluasi untuk melihat sejauh mana keberhasilan yang dicapai.

“tentu saja dalam setiap strategi yang direncanakan kemudian diterapkan pasti akan selalu dilakukan evaluasi untuk melihat sejauh mana keberhasilan yang dicapai, sejauh ini hanya terdapat beberapa kendala miscomm sedikit karena kemampuan anggota Humas Polresta Serang Kota dengan jumlah personel yang terbatas ya, selebihnya sih sudah sangat baik” (Idham, 2022).

Pernyataan Ketua PWI dengan narasumber 2 menambahkan bahwa evaluasi sangat penting dilakukan karena untuk melihat apakah strategi berhasil dilaksanakan atau apakah terdapat kendala dalam pelaksanaannya.

“setelah melaksanakan program tentu saja diperlukan evaluasi untuk melihat apakah strategi berhasil dilaksanakan atau apakah terdapat kendala dalam pelaksanaannya, jika dilihat dari pendapat informan, pelaksanaan strategi yang dilakukan Humas Polresta Serang Kota sudah cukup bagus ya, mungkin tetap perlu diperbaiki lagi hal-hal yang menjadi kendalanya” (Narasumber 2, 2022).



Bagan 4. Hasil Penelitian Dalam Pelaksanaan Evaluasi

Bagian ini akan peneliti uraikan terkait dengan pembahasan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Langkah pertama melakukan analisis situasi untuk menemukan data dan fakta di lapangan. Melalui mendefinisikan masalah dengan menggunakan analisis situasi dapat ditemukan fakta bahwa saat ini komunikasi yang terjalin antara anggota kepolisian Humas Polresta Serang kota dengan para awak media dalam hal ini wartawan berlangsung sangat baik dengan mengedepankan profesionalitas, pola komunikasi yang formal serta informal menyesuaikan dengan situasi yang ada, kemudian komunikasi berdasarkan asas kekeluargaan yang melatar belakangi terjalinnya hubungan serta komunikasi yang baik diantara Humas Polresta Serang Kota dengan Media (Awang & mahmud, 2018).

Adapun salah satu contoh profesionalitas yang terjalin antara anggota kepolisian Humas Polresta Serang Kota dengan wartawan sebagai awak media adalah dengan melaksanakan unguap kasus yang ditangani oleh Polresta Serang Kota, dalam kegiatan ini baik itu anggota Humas Polresta Serang Kota ataupun wartawan sama-sama saling menjaga profesionalitas dalam menjalankan tugasnya. Karena peran wartawan pun sangat penting dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh Polri, maka dari itu Polri berkomitmen untuk menjunjung tinggi sinergitas dan profesionalitas dengan media (Wijaya, 2015).

Proses penemuan data dan fakta (*fact finding*) menggunakan analisis situasi harus memperhatikan aspek pendataan segmen internal dan eksternal (Mukarom & Laksana, 173). Dalam segmen internal, peneliti menemukan fakta bahwa anggota Humas Polresta Serang Kota telah menjalankan tugasnya dengan cukup baik dengan mengedepankan profesionalitas dan juga pola komunikasi yang baik dalam bentuk formal maupun informal serta mengedepankan asas kekeluargaan dalam berkomunikasi baik itu pada saat keperluan bekerja ataupun diluar kepentingan pekerjaan. Sedangkan dari segmen eksternal, peneliti menemukan fakta bahwa bentuk komunikasi yang telah dilakukan oleh anggota Humas Polresta Seerang Kota sangat diapresiasi dan disambut baik oleh wartawan yang dalam hal ini sebagai awak media, hal ini seperti yang disebutkan dalam sesi wawancara bahwa komunikasi yang fleksibel sangat berpengaruh terhadap kualitas hubungan komunikasi yang terjadi antara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan Media. Hal ini sesuai dengan pendapat bahwa dengan mengedepankan asas kekeluargaan dalam berkomunikasi sangat diperlukan (Hulasoh, 2018). Salah satu bentuk Anggota Humas Polresta Serang Kota menerapkan asas kekeluargaan dalam bekerjasama dengan media adalah dengan tidak membeda-bedakan antara individu satu dengan yang lainnya, saling membantu baik itu dalam kepentingan pekerjaan ataupun di luar kepentingan pekerjaan, serta membangun sistem kerja yang adil demi kepentingan bersama.

Setelah ditemukannya fakta dan data dalam tahap mendefinisikan masalah melalui analisis situasi yang selanjutnya pada tahap menyusun strategi, langkah selanjutnya yang harus diperhatikan menurut *Teori 4 Step Public Relations* adalah menyusun strategi agar dapat sesuai dengan tujuan dari suatu organisasi atau

instansi tersebut. Pada tahap ini penyusun strategi pun harus memperhatikan bagaimana serta apa yang dibutuhkan oleh targetnya dalam hal ini wartawan (Rafi, 2019).

Dalam haal ini anggota Humas Polresta Serang Kota menyusun strategi dengan cara mempelajari karakteristik dari setiap wartawan, bersikap responsif serta membuka forum diskusi bersama rekan-rekan wartawan yang bekerja sama dengan Humas Polresta Serang Kota. Humas Polresta Serang Kota mempelajari karakteristik mediana melalui komunikasi sehari-hari yang melibatkan wartawan dan juga anggota Kepolisian Humas Polresta Serang Kota, dari percakapan-percakapan itulah Humas Polresta Serang Kota dalam menilai dan mempelajari bagaimana karakter dari setiap wartawan yang bekerjasama dengan Humas Polresta Serang Kota. Salah satu wujud sikap responsif anggota Humas Polresta Serang Kota yakni ketika Wartawan membutuhkan berita atau informasi, maka anggota Humas Polresta Serang Kota harus siap sedia untuk memberikan bahan berita yang akan diolah menjadi sebuah *press realease* oleh wartawan. Tidak jarang pula wartawan datang ke media center Humas Polresta Serang Kota di luar jam kerja, Humas Polresta Serang Kota tidak membatasi waktu kunjung wartawan ke *media center*, karena kegiatan yang dilakukan oleh anggota Polresta Serang Kota pun tidak hanya di siang hari, namun juga sering dilakukan peliputan pada malam sampai dini hari.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu bahwa dalam forum diskusi tidak hanya perihal pekerjaan saja yang menjadi topik diskusi, tetapi juga sering kali forum diskusi yang semula bersifat formal berubah menjadi informal untuk mencairkan suasana agar tidak kaku dan membosankan (Ruler, 2018). Dalam forum diskusi juga tidak jarang para anggota Humas Polresta Serang Kota dan wartawan saling melontarkan candaan, membahas hobi dan

kegiatan diluar dari pekerjaan, hal inilah yang membuat suasana menjadi tidak membosankan dan membuat nyaman para awak media.

Langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan strategi yang sudah disusun secara matang. Dikarenakan Humas Polresta Serang Kota merupakan sebuah Media Center dari Kepolisian Resor Kota Serang Kota yang menaungi beberapa Kepolisian Sektor di wilayah hukum Polresta Serang Kota, dan Humas Polresta sebagai wadah informasi kegiatan Polri di wilayah hukum Polresta Serang Kota maka sudah seharusnya Humas Polresta Serang Kota menyediakan fasilitas yang memadai baik itu bagi wartawan sebagai rekan Humas Polresta Serang Kota dalam mempublikasikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan Humas Polresta Serang Kota. Fasilitas yang disediakan oleh Humas Polresta Serang Kota yakni *media center* yang nyaman dan luas untuk pelaksanaan *press conference*, peralatan dokumentasi yang lengkap, jaringan *Wi-Fi*, serta hidangan yang disajikan setiap kali wartawan berkunjung ke *media center* Humas Polresta Serang Kota.

Implementasi Humas Polresta Serang Kota tentu saja memperhatikan awak media dalam hal ini wartawan agar meningkatkan keahliannya dalam bertugas. Maka dari itu Humas Polresta Serang Kota menyelenggarakan Rapat Sosialisasi Kehumasan yang melibatkan anggota kepolisian jajaran Humas Polresta Serang Kota, anggota Humas Polsek yang berada di bawah naungan Humas Polresta Serang Kota serta rekan-rekan media yang turut serta dalam rapat sosialisasi kehumasan. Sosialisasi kehumasan jajaran Polresta Serang Kota ini salah satu dari berbagai pelatihan yang diselenggarakan oleh Humas Polresta Serang Kota, pelatihan ini berisi materi mengenai bagaiman cara mengambil angle yang tepat pada saat melakukan peliputan berita dan juga lensa kamera apa yang tepat digunakan dalam

situasi dan kondisi tertentu. Dengan diselenggarakannya pelatihan ini, Humas Polresta Serang Kota berharap akan dapat menambah pengetahuan serta meningkatkan kemampuan baik itu anggota Humas Polresta Serang Kota maupun media dalam meliput berita ataupun mendokumentasikan suatu kegiatan.

Dalam menjalin silaturahmi serta mempererat asas kekeluargaan yang sudah menjadi komitmen Humas Polresta Serang Kota dalam menjalin hubungan media, Humas Polresta Serang Kota memberikan bingkisan kepada rekan-rekan media sebagai salah satu bentuk kepedulian. Humas Polresta Serang Kota juga menerima kunjungan wartawan untuk mempererat tali silaturahmi serta saling memberikan saran untuk kerja sama antara Humas Polresta Serang Kota dengan Media. Humas Polresta Serang Kota juga memperbolehkan rekan-rekan Media untuk datang ke Media Center Humas Polresta Serang Kota kapan pun.

Langkah terakhir dalam strategi komunikasi menurut *Theory of 4 Steps of Public Relations of Cutlip, Center & Broom* adalah evaluasi, dimana itu merupakan penilaian mengenai strategi atau program yang telah dilaksanakan apakah berhasil dan apa yang menjadi kendala harus dilakukan penilaian untuk mengukur sejauh mana strategi tersebut berhasil dan apa saja yang harus diperhatikan serta diperbaiki jika ada program serupa yang akan dilakukan dikemudian hari. Setelah Humas Polresta Serang Kota mengimplementasikan strateginya, peneliti menilai bahwa strategi yang dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota berdasarkan kualitas komunikasi yang terjalin antara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan wartawan yang memiliki kedekatan baik secara profesional dan secara kekeluargaan mencerminkan bahwa strategi yang telah

dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota dianggap telah berhasil.

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan, dampak dari berhasilnya strategi komunikasi yang telah dilaksanakan Humas Polresta Serang Kota adalah bahwa hubungan media yang terjalin antara Humas Polresta Serang Kota dengan Media semakin baik dan dikarenakan Humas Polresta Serang Kota mengedepankan asas kekeluargaan dalam bekerjasama dengan wartawan, maka kedekatan secara personal pun terjalin diantara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan awak media. Hal ini tentu saja membawa dampak positif dari terlaksananya strategi komunikasi yang telah dirancang dan diterapkan oleh Humas Polresta Serang Kota. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zubair, dkk bahwa strategi komunikasi publik yang dilakukan lembaga dapat membentuk kesepahaman dalam upaya menjaga relasi yang saling menguntungkan antara pengelola atau manajemen IPB/PTNBH dengan mahasiswa (Zubair & Kadarisman, 2018).

Dampak dalam segi profesionalitas pun terlihat dari banyaknya konferensi pers yang diselenggarakan oleh Humas Polresta Serang Kota yang melibatkan rekan-rekan wartawan untuk meliput kegiatan ungkap kasus tersebut. Hal ini menghasilkan hubungan yang symbiosis mutualisme dimana Humas Polresta Serang Kota mendapatkan keuntungan karena kegiatannya telah diliput oleh media, sedangkan media juga mendapatkan keuntungan karena mendapatkan berita atau informasi yang dapat diolah untuk menjadi sebuah *press realease*.

Selain itu juga strategi komunikasi yang telah dilaksanakan oleh anggota Humas Polresta Serang Kota juga telah menghasilkan dampak positif yang dimana membuat wartawan yang bekerja sama dengan Humas Polresta Serang Kota merasa nyaman dalam berkomunikasi, bahkan

sebuah organisasi yang menaungi wartawan di seluruh Indonesia yakni PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) mengunjungi Mapolresta Serang Kota untuk memanjangkan tali silaturahmi tidak hanya dengan anggota Humas Polresta Serang Kota saja tetapi juga dengan Kapolresta Serang Kota beserta jajarannya.

SIMPULAN

Mendefinisikan masalah pada tahap ini, bahwa anggota Humas Polresta Serang Kota mengedepankan profesionalitas dalam bekerjasama dengan rekan medianya, membangun komunikasi formal serta informal agar komunikasi yang terjalin tidak bersifat kaku, kemudian anggota Humas Polresta Serang Kota berkomitmen untuk mengedepankan asas kekeluargaan dalam bekerjasama serta menjalin komunikasi dengan awak Media. Penyusunan strategi pada tahap ini, bahwa karakteristik media, bersikap responsif pada awak media, membuat forum diskusi dapat meningkatkan profesionalisme komunikasi yang lebih efektif kepada masyarakat maupun dalam menjalin hubungan dengan media. Implementasi strategi dalam tahap ini, bahwa anggota Humas Polresta Serang Kota dapat mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif yakni menyediakan fasilitas yang nyaman bagi wartawan, menggelar acara makan bersama, membuat forum diskusi antara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan Wartawan, kemudian menyelenggarakan workshop bersama. Hal ini, dapat tercipta dengan baik dan meningkatkan kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh anggota Humas Polresta Serang Kota dan media. Evaluasi, yang dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota, dapat memberikan hasil yang baik melalui evaluasi dengan melaksanakan pertemuan rutin dengan wartawan untuk membahas mengenai program apa yang perlu diperbaiki dan apa saja yang perlu dipertahankan.

Hasil evaluasi menggambarkan bahwa implementasi strategi berhasil dilaksanakan, tetapi masih ada kendala yakni kurangnya anggota Humas Polresta Serang Kota yang belum memahami apa itu komunikasi, sehingga menyebabkan adanya miscommunication diantara anggota Humas Polresta Serang Kota dengan Wartawan. Rekomendasi untuk Humas Polresta Serang Kota diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan pelayanan yang prima kepada masyarakat, bukan hanya berfokus pada program kerja. Strategi yang sudah dijalankan dapat memberikan kepuasan baik dengan masyarakat dan hubungan dengan media.

DAFTAR PUSTAKA

- Amani, Z., & Djuwita, A. (2021). Strategi Humas Pemerintah Kota Bandung Dalam Mengelola Akun Youtube "HALO BANDUNG" . *e-Proceeding of Management*, 8(4). Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15411/15134>
- Awang, A., Mat, A. C., & Mahmud, W. (2018). Medium Komunikasi Intrapersonal Dalam Dialog Antara Agama Komuniti Saudara Baru. *Akademia Journal of Southeast Asia Social Sciences and Humanities*, 88(3), 43-54. <https://doi.org/10.17576/akad-2018-8803-04>
- Badrudin, S., Trisiah, A., & Hariyanti, D. (2018). Strategi Humas Polres Pagaram dalam Mensosialisasikan Pencegahan Pencurian Kendaraan Bermotor. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, 1(1), 32-58. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/jkpi.v1i1.2175>
- Budhirianto, S., & Sunarsi, R. (2017). Revitalisasi Fungsi Humas Pemerintah Dalam Tata Kelola Informasi Di Biro Humas Pemprov Jabar. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(2), 29-40. <http://dx.doi.org/10.31504/komunika.v6i2.1122>

- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Guzman, K. C., & Oktarina, N. (2018). Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 301-315. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/22882>
- Gifari, F., & Purnama, H. (2017). Strategi ASIAPR Dalam Memperkuat Hubungan Media Dengan Forum Wartawan Otomotif (FORWOT). *Jurnal Profesi Humas*, 1(2), 101-111. doi:<https://doi.org/10.24198/prh.v1i2.11665>
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79-86. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2>
- Herika, D., & Ruliana, P. (2018). Public Relations Dalam Membina Hubungan Dengan Media. *Inter Komunikasi Jurnal Komunikasi*, 3(1). <http://dx.doi.org/10.33376/ik.v3i1.149>
- Hulasoh, E. (2018). Aktivitas Humas Polri Dalam Membina Hubungan Dengan Pers. *Jurnal Semarak*, 1(1). <http://dx.doi.org/10.32493/smk.v1i1.1245>
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Liliweri, A. (2011). *Strategi Komunikasi Masyarakat*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Mashudi, R., Musanif, A. M., Abdul Aziz, A. Y., & Mohamad, H. (2013). Faktor kesopanan dan strategi komunikasi dalam genre perbincangan di televisyen. *UKM Journal Article Repository*. Retrieved from <http://journalarticle.ukm.my/6600/>
- Moleong, L. J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Nurhadi, Z. F., & Suseno, N. S. (2021). *Riset Kualitatif*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Rachmadani, C. (2013). Strategi Komunikasi Dalam Mengatasi Konflik Rumah Tangga Mengenai Perbedaan Tingkat Penghasilan di RT.29 Samarinda Seberang. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 212-227. Retrieved from <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=691>
- Rafi, M. (2019). Fungsi Public Relations Dalam Mengkomunikasikan Media Online Medcom.id. *Jurnal Visi Komunikasi*, 18. <http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v18i2.9833>
- Ruler, B. V. (2018). Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests. *International Journal of Strategic Communication*, 12. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1452240>
- Saraswati, E. J., Romli, R., & Nugraha, A. R. (2019). Kegiatan Hubungan Media pada Direktorat Komunikasi Publik di Universitas Padjadjaran. *Jurnal Profesi Humas*, 3(2), 202-218. doi: <https://doi.org/10.24198/prh.v3i2.17679>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan. *Lentera*, 17(1). <https://doi.org/10.21093/lj.v17i1.428>
- Zubair, F., Dewi, R., & Kadarisman, A. (2018). Strategi Komunikasi Publik Dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa Terhadap Penerapan PTNBH. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1328>