

Kemitraan Polri dan Media Massa dalam Pemeliharaan Kamtibmas Menuju Pemilu 2019 yang Aman, Tertib dan Lancar

Suardi Jumaing

Mahasiswa Pascasarjana (S2) STIK-PTIK Angkatan VIII.

Jl. Tirtayasa raya 6 Kebayoran baru Jakarta Selatan 12160

Email : suardijumaing@gmail.com

Abstract

The presidential and legislative elections in 2019 which be held at the same time have a high level of vulnerability and require a strategy to anticipate various vulnerabilities so that the situation does not heat up and at the time of implementation it can run safely, orderly and smoothly. The concept of partnership between the Indonesian National Police and the mass media is necessary to build a synergy of providing information to the public in a fast, transparent and quality manner. In the next section was presented the issue of the non-neutrality of the National Police in the implementation of the Presidential Election in 2019. At the end of this paper was presented how the National Police to foster good relations with the media.

Keywords : Indonesian National Polic, Relationship, Mass Media

Abstrak

Pilpres dan Pileg tahun 2019 yang dilaksanakan pada waktu yang bersamaan memiliki tingkat kerawanan yang tinggi dan membutuhkan adanya suatu strategi untuk mengantisipasi berbagai kerawanan agar situasi tidak memanas dan pada saat pelaksanaannya bisa berjalan aman, tertib dan lancar. Konsep kemitraan Polri dan media massa, perlu untuk membangun sinergitas pemberian informasi kepada masyarakat secara cepat, transparan dan berkualitas. Pada bagian selanjutnya, dipaparkan isu tentang ketidaknetralan Polri dalam pelaksanaan Pilpres 2019. Pada bagian akhir dari tulisan ini disampaikan bagaimana Polri untuk membina hubungan dengan media yang baik.

Kata Kunci : Polri, Kemitraan, Media Massa

Pendahuluan

Di era reformasi yang sedang berjalan di dalamnya memiliki potensi konflik dalam pelaksanaan Pemilu Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden jelas sangat mengganggu proses penguatan demokrasi, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional. Potensi konflik itu bukan karena ketidaksiapan masyarakat, tetapi karena tidak utuhnya penerapan sistem demokrasi, terutama yang disebabkan lemahnya aturan pelaksanaannya. Jika potensi konflik dalam Pemilu Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden tidak minimalisir, bukan tidak mungkin proses demokrasi akan berjalan lamban. Karena sebagaimana diketahui bahwa kehidupan yang demokratis yaitu kehidupan yang di mana masyarakatnya memiliki kebebasan untuk merumuskan kecenderungan politik mereka melalui jalur perserikatan atau perkumpulan, yang di dalamnya memiliki kompetensi yang sehat dan berjalan damai. Oleh karena itu, salah satu agenda terpenting dalam konteks Pemilu Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden adalah meminimalisir potensi-potensi konflik, baik yang terkandung dalam aturan mainnya maupun kendala sosial yang masih membelenggu. Agenda ini harus sejalan dengan pembangunan bertahap budaya politik demokratis, ini bukan suatu pandangan yang merendahkan terhadap perilaku masyarakat politik tertentu, tetapi lebih disebabkan sistem yang kini terbangun lewat berbagai aturan main masih berpotensi memicu munculnya budaya anti-demokrasi.

Pemilu Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden yang dilaksanakan secara langsung merupakan salah satu kemajuan terbesar dalam reformasi politik di Indonesia. Pemilu Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden merupakan perjuangan rakyat Indonesia terhadap demokrasi langsung. Tetapi di balik itu, juga harus diwaspadai terhadap potensi-potensi yang bisa menyebabkan agenda politik berbalik arah, hanya karena ketidakmampuan dalam mengamankan

pelaksanaannya. Pengalaman keberhasilan penyelenggaraan Pemilihan Umum Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden pada tahun 2014 yang lalu yang telah berhasil dan berjalan dengan baik dan diakui oleh dunia internasional¹, hendaknya dapat menjadi pelajaran yang sangat berharga dalam rangka pelaksanaan Pilpres dan Pileg 2019 secara langsung oleh rakyat. Agar penyelenggaraan Pilpres dan Pileg 2019 berlangsung dengan sukses, tentu harus dibarengi dengan situasi keamanan dan ketertiban masyarakat (Kamtibmas) yang kondusif. Disinilah peran penting Polri sebagai pengemban fungsi pemerintahan yang bertugas sebagai pelindung, pengayom, pelayan masyarakat, untuk bertanggung jawab dalam mengawal pelaksanaan Pilkada agar berjalan dengan damai dan tertib.

Dinamika penyelenggaraan Pemilu Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 sudah diketahui bersama melalui berbagai pemberitaan di mass media, baik cetak maupun elektronik, termasuk munculnya berbagai prediksi terhadap pelaksanaan Pilkada, mulai dari prediksi optimis dengan landasan objektif yang dibumbui rumus-rumus yang memusingkan kepala, hingga prediksi yang asal-asalan sekedar ingin menyenangkan salah satu calon peserta. Dalam konteks Pilpres dan Pileg 2019 secara langsung, mungkin berbagai kesulitan, halangan, atau kesalahan dalam proses pelaksanaannya dipastikan menimbulkan perdebatan atau perbenturan pendapat yang bercorak-ragam.

Sepanjang pergulatan antara berbagai kepentingan dilakukan dalam koridor demokratis dan dengan cara-cara yang fair, tentu sangat berguna bagi lahirnya ide-ide baru untuk penyempurnaan Pilpres dan Pileg berikutnya.

Polri dan seluruh jajarannya di bantu TNI, instansi terkait serta mitra Kamtibmas

¹ Helsyeria Melinda. 2008. Strategi Humas Polda Riau dalam Meningkatkan Citra Positif Kepolisian. UIN SUSKA Riau. Skripsi.

lainnya menyelenggarakan Operasi Kepolisian Kepolisian Terpusat, yaitu “Mantap Praja 2014” telah berhasil mengamankan rangkaian tahapan inti Pilpres Tahun 2014, dengan mengedepankan kegiatan preemtif dan pencegahan yang didukung kegiatan deteksi dan kegiatan penegakan hukum, sehingga terwujud situasi Kamtibmas yang kondusif selama pelaksanaan Pilpres Tahun 2014. Polri beserta jajarannya kembali melakukan pengamanan terhadap penyelenggaraan Pilpres dan Pileg 2019, sehingga diperlukan strategi dalam melakukan pengamanan penyelenggaraan Pilpres dan Pileg tersebut agar dapat berjalan dengan aman, tertib, dan demokratis.

Pada Tahun 2019 ini, Pilpres dan Pileg akan dilaksanakan pada waktu yang bersamaan, sehingga dilakukan berbagai upaya untuk mengantisipasi berbagai kerawanan agar situasi tidak memanas dan pada saat pelaksanaannya situasikondusif. Munculnya berbagai pemberitaan miring tentang institusi Polri melalui media massa dan online sangat mempengaruhi opini masyarakat dan menurunkan citra Polri dimata masyarakat. Hal ini kalau dibiarkan terus dapat menimbulkan sentimen negatif dan kurangnya rasa simpati dan empati masyarakat terhadap Polri yang pada akhirnya berpengaruh terhadap ketidakpercayaan masyarakat terhadap Polri.

Oleh karena itu Polri perlu melaksanakan kegiatan-kegiatan kemitraan ke berbagai media baik cetak maupun elektronik, guna mempererat tali silaturahmi dan menjalin hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan citra Polri. Polri lewat kemitraan juga memperlihatkan ke masyarakat bahwasanya kepolisian itu bisa menjalankan kinerja dan peraturan kepolisian yang telah ditetapkan agar citra kepolisian bisa bagus dimata masyarakat.

Permasalahan

Menjelang pelaksanaan Pilpres dan Pileg 2019 yang akan dilaksanakan secara bersamaan,

maka tantangan yang dihadapi kepolisian semakin berat dan kompleks, disinilah peran dari Kepolisian lewat Humas, harus menjaga agar citra kepolisian tersebut tetap mengalami kenaikan. Kerawanan-kerawanan yang mungkin terjadi berkaitan penggunaan teknologi digital pada era demokrasi saat ini, membuat peran media sangat strategis dalam membangun opini untuk mempengaruhi citra pemerintah melalui institusi-institusi publik yang ada khususnya yang berhubungan langsung dengan pelayanan masyarakat dan penegak hukum. Untuk itu Polri sebagai salah satu institusi pemerintah yang bertugas pada lini terdepan dalam mensukseskan pengamanan pelaksanaan Pilpres dan Pileg 2019, tentu mendapat banyak sorotan dan perhatian masyarakat terutama apabila terdapat cela sedikit saja maka dapat menjadi isu sensitif yang berkembang di tengah-tengah masyarakat tentang ketidaknetralan Polri dalam pelaksanaan Pilpres dan Pileg 2019.

Salah satu contoh yaitu pada akhir Pebruari 2019 telah beredar akun @opposite6890 yang sempat mengehebohkan media massa dan online lewat sebuah postingan yang menyebut bahwa Polri telah membentuk tim buzzer 100 orang per Polres di seluruh Indonesia yang terorganisir dari Polres hingga Mabes untuk mendukung Capres Jokowi². Melalui postingan ini juga, akun @opposite6890 menyatakan bahwa IP adress dari APK Sambhar merupakan milik Mabes Polri. APK Sambhar sendiri disebut merupakan aplikasi yang digunakan untuk melakukan koordinasi antara anggota Polri buzzer Jokowi. Oknum tidak bertanggung jawab ini telah membuat aplikasi dan menggunakan tools APK Editor kemudian menyebar konten berita bohong atau hoaks yang mengarah ke Mabes Polri. Munculnya pemberitaan bohong atau hoaks tentang institusi Polri sangat mempengaruhi opini masyarakat dan menurunkan citra Polri dimata masyarakat. Hal ini kalau dibiarkan

² <http://suarabhayangkara.com/2019/03/11/mabes-polri-buru-pemilik-akun-opposite6890> (Senin 11-maret-2019-08.55)

terus dapat menimbulkan sentimen negatif dan kurangnya rasa simpati dan empati masyarakat terhadap Polri yang pada akhirnya berpengaruh terhadap ketidakpercayaan masyarakat terhadap Polri.

Munculnya berita tentang akun @opposite6890 di media massa dan online yang tidak faktual atau tidak sesuai dengan realita, tidak akurat/objektif, tidak lengkap dan tidak berimbang, yang dikutip melalui sumber-sumber tidak berkompeten dapat menimbulkan bias terhadap substansi kasus atau masalah yang dijadikan objek pemberitaan. Oleh karena itu Polri melalui Humas Polri bersama dengan unsur wartawan dari berbagai media cetak maupun elektronik baik lokal maupun nasional perlu membentuk kemitraan guna membangun sinergitas pemberian informasi kepada masyarakat secara cepat, transparan dan berkualitas menjelang dan pada saat pelaksanaan Pilpres dan Pileg 2019.

Analisa dan Penerapan Teori

Jika menyoroti konten berita bohong atau hoaks yang beredar melalui akun @opposite6890 yang sempat menghebohkan media massa dan online lewat sebuah postingan yang menyebutkan bahwa Polri telah membentuk tim buzzer 100 orang per Polres di seluruh Indonesia yang terorganisir dari Polres hingga Mabes untuk mendukung Capres Jokowi, maka teori *Image Restoration* merupakan upaya memperbaiki atau merespon citra dan reputasi yang buruk tersebut.

Sehingga humas Polri harus mengantisipasi tentang apa yang akan dilakukan, bagaimana menghadapi publik dalam situasi krisis masalah, apa yang dilakukan humas agar dapat membangun citra tersebut.

Teori *Image Restoration* dicetuskan oleh William Benoit membahas respons individu atau organisasi saat citra positif dan reputasinya terancam.

Teori ini terkait upaya organisasi untuk mengatasi ancaman yang dapat membuat citra di mata public negatif dan menjatuhkan reputasinya. Salah satu situasi penting yang menjadi focus TIR adalah saat organisasi menghadapi krisis yang mengandung persepsi yang mengancam reputasi, seperti ada upaya tuntutan hukum terhadap organisasi. Inti bahasan dari TIR ini yaitu menyajikan seperangkat strategi merestorasi citra, sebagai bagian strategi mengatasi krisis (*crisis response*). Teori ini tidak fokus pada deskripsi tahapan perkembangan krisis, tetapi fokus pada pilihan-pilihan pesan komunikasi untuk memperbaiki citra. Strategi mengatasi krisis yaitu *entry-point* bagi berhasilnya menjaga citra dan reputasi, atau sebaliknya, gagal, membuat citra negatif, dan reputasi hancur.

Teori *Image Restoration* menawarkan lima strategi (tipologi) komunikasi merestorasi citra yang dibangun berdasarkan pendekatan retorika (Benoit, 2005 ; Blaney, dkk., 2002)³, yaitu pertama, strategi menyangkal (*denial*). Melalui strategi ini, organisasi menyangkal telah melakukan kesalahan dan menyatakan bahwa organisasi tidak terlibat sebagai penyebab krisis. Strategi ini terbagi dalam dua jenis: menyangkal secara sederhana (*simple denial*), seperti “kami tidak melakukannya”; dan menyangkal dengan menyalahkan pihak lain atau mencari kambing hitam (*shifting blame/scape-goating*). Kedua, strategi menghindari tanggung jawab (*evasion of responsibility*). Melalui strategi ini, organisasi berupaya membatasi tanggung jawabnya pada krisis. Cara yang biasa dilakukan dalam strategi ini yakni provokasi yaitu merespons tindakan pihak lain; menyatakan bahwa krisis terjadi disebabkan kekurangan informasi atau ketidakmampuan organisasi mengontrol situasi; maksud baik (*good intention*) Menyatakan bahwa organisasi telah berupaya mengatasi dengan baik tetapi hasilnya mungkin dirasakan kurang maksimal oleh pihak

3 Rachmat Kriyantono, Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.230

lain; krisis ini disebabkan oleh kecelakaan. Asumsinya, kecelakaan yaitu peristiwa yang tidak direncanakan dan tidak diharapkan, organisasi juga ikut dirugikan, bahkan bisa dikonstruksi sebagai musibah. Diharapkan asumsi ini dapat mengurangi pertanggungjawaban organisasi.

Ketiga, strategi mengurangi serangan (*reducing the offensiveness*). Secara umum, organisasi tidak menyangkal melakukan tindakan yang menyebabkan krisis atau setidaknya mengakui jika krisis terkait dengan aktivitas organisasi. Beberapa cara yang dilakukan organisasi dalam strategi ini yakni *bolstering* yaitu mengingatkan publik bahwa organisasi terdiri dari orang-orang yang berkualitas dalam pekerjaan sehari-hari, sehingga kecil kemungkinan menyebabkan krisis; minimalisasi yaitu meminimalkan serangan dari pihak lain dengan mengatakan bahwa krisis hanya berdampak kerusakan kecil, dampak krisis bukanlah sebesar yang dipikirkan orang; strategi pembedaan (*differentiation*) yaitu membandingkan kejadian pada saat krisis dengan kejadian yang sama tetapi skala dan akibatnya jauh lebih besar; transenden menempatkan perilaku pada konteks yang berbeda yang lebih menguntungkan, yaitu menempatkan peristiwa krisis sebagai bagian dari konteks yang lebih besar yang membuat nilai-nilai yang lebih penting muncul dalam situasi ini; menyerang pihak lain yaitu menantang pihak lain yang menyatakan bahwa peristiwa yang terjadi merupakan krisis untuk memberikan bukti kuat. Tujuannya untuk menguji kredibilitas pihak yang berseberangan dengan organisasi; pemberian kompensasi uang atau barang.

Keempat, tindakan Korektif (*corrective action*). Melalui strategi ini, organisasi berupaya memperbaiki kerusakan dan berjanji untuk mencegah pengulangan krisis. Pada konteks ini, organisasi dimungkinkan melakukan tindakan tertentu tanpa mengakui pihaknya bersalah atau tidak. Kelima, menanggung akibat krisis

(*mortification*). Organisasi menyatakan kesediaan bertanggung jawab terhadap akibat krisis dan menyampaikan penyesalan serta permohonan maaf.

Dalam praktik humas Polri, Teori Image Restoration memberikan panduan saat menerapkan strategi mengatasi krisis, beberapa hal yang perlu dilakukan praktisi humas yaitu :

- a. Mengidentifikasi atau tuduhan apa saja yang berpotensi mengancam citra dan reputasi organisasi, termasuk disini rumor yang beredar. Organisasi semestinya tidak mengabaikan opini dan tuduhan/tuntutan yang dilakukan publiknya.
- b. Publik yang memberi perhatian pada kasus yang terjadi, mestinya dipersepsi sebagai kelompok yang tidak menyetujui kasus yang terjadi, kasus yang memerlukan strategi meretorasi pastinya yaitu kasus yang berpotensi menjatuhkan citra positif, karena itu organisasi mesti berangkat dari persepsi bahwa publik mempunyai respon negatif terhadap organisasi
- c. Mengidentifikasi isu apa saja yang diketahui publik persepsi dianggap lebih penting dari kejadiannya, yaitu sering kali persepsi dan opini yang berkembang membuat kasus membesar dari kejadian awal. Pemberitaan media yang sangat gencar bisa membentuk realitas sendiri yang bisa jauh lebih besar dari peristiwa aslinya.
- d. Organisasi jangan memandang ringan kasus yang terjadi. Organisasi mesti berpandangan bahwa kasus yang terjadi adalah kasus yang perlu diperhatikan, meskipun pada kenyataannya kasus tersebut tidak terlalu besar.
- e. Organisasi harus menentukan siapa target sasaran dari pesan-pesan komunikasinya. Karena itu perlu dilakukan strategi mengidentifikasi stakeholder dan publiknya.

- f. Menentukan strategi restorasi berdasarkan evaluasi terhadap suatu krisis. Meskipun Coombs & Schidt mengatakan “*no set guidelines are offered for this evaluation*”. Tetapi secara umum penentuan strategi (tipologi) merestorasi sangat ditentukan oleh jenis kejadian yang memicu krisis, dampaknya bagi citra positif dan reaksi bagi publik, dalam mengevaluasi ketiga hal itu, organisasi harus bersifat terbuka, jujur, dan tidak menutupi fakta. Ketiganya akan membangun kepercayaan sebagai dasar strateginya.
- g. Mengevaluasi sejauh mana strategi merestorasi citra telah berjalan, apakah mampu mengembalikan citra positif atau belum. Jika belum, strategi apa yang gagal? Penyebabnya apa? Sehingga bisa memberikan rekomendasi untuk situasi yang sama dimasa yang akan datang

Menurut teori tersebut, dengan adanya informasi yang di berikan terhadap publik akan membentuk citra yang positif, sehingga pergerakan humas dalam mengolah berita mendapatkan feedback respon berupa citra terhadap masyarakat. Teori *Image Restoration* didalam teorinya mengatakan “Mengidentifikasi isu apa saja yang diketahui publik persepsi dianggap lebih penting dari kejadiannya, yaitu sering kali persepsi dan opini yang berkembang membuat kasus membesar dari kejadian awal. Pemberitaan media yang sangat gencar bisa membentuk realitas sendiri yang bisa jauh lebih besar dari peristiwa aslinya”. Hal tersebut berkaitan dengan adanya informasi, opini yang berkembang yang telah dijelaskan memperlebar suatu permasalahan, hal ini dikarenakan kurang aktualnya informasi, bagaimana mengolah informasi itu sehingga menciptakan pemberitaan yang aktual dan faktual terhadap publik.

Sebagaimana Teori *Image Restoration*, untuk menjaga dan merestorasi reputasi dan memengaruhi persepsi masyarakat tentang

pemberitaan bahwa postingan yang menyebut bahwa Polri telah membentuk tim buzzer 100 orang per Polres di seluruh Indonesia yang terorganisir dari Polres hingga Mabes untuk mendukung Capres Jokowi. Polri merubah persepsi masyarakat dengan cara menunjukkan perilaku-perilaku positif yang dilakukan oleh jajaran Polri di seluruh Indonesia. Dengan merubah persepsi masyarakat yang buruk tentang ketidaknetralan Polri pada Pemilu Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden 2019, berbagai cara telah dilakukan oleh Polri untuk meyakinkan kepada masyarakat bahwa Polri tidak mendukung salah satu pasangan calon presiden. Bukti Polri netral dalam pelaksanaan Pemilu Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden 2019 yakni dengan cara melakukan penelusuran, pengejaran dan penindakan (proses hukum) terhadap pemilik akun twitter @Opposite6890 karena dinilai telah melakukan propaganda dan menyebarkan isu tidak benar terkait Polri; meminta kepada semua pihak untuk tidak melakukan upaya provokasi dan menyebarkan fitnah untuk kepentingan politik; Polri menegaskan bahwa lembaganya bersikap netral pada Pemilu 2019, Polri adalah institusi yang bersih dari politik praktis; meminta kepada awak media untuk tidak menjadikan sumber rujukan berita terhadap akun Twitter @Opposite6890; menegaskan bahwa sumber dari akun @Opposite6890 adalah anonymous. Artinya tidak dapat diklarifikasi, konfirmasi dan verifikasi, serta tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya, dan lain sebagainya. Berbeda dengan dari akun @Opposite6890, mereka selalu melakukan hal-hal negatif yang dapat merugikan citra Polri, sehingga masyarakat pun resah dengan adanya pemberitaan tersebut. Berharap masyarakat bisa membedakan antara berita hoaks dengan berita yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Karena kebanyakan berita baik menjadi buruk ketika masyarakat tidak bisa membedakan. Padahal tidak seperti itu, perlu diketahui bahwa hoaks dan berita yang benar adalah berbeda.

Banyak yang membedakan antara hoaks dan berita yang benar yakni, bisa diketahui melalui sumber yang dapat diklarifikasi, konfirmasi dan verifikasi, serta tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya. Karena dalam membuat citra yang baik tidak mudah. Perlu adanya berbagai cara agar masyarakat benar-benar yakin bahwa berita Polri telah membentuk tim buzzer 100 orang per Polres di seluruh Indonesia yang terorganisir dari Polres hingga Mabes untuk mendukung Capres Jokowi memang hoaks dan tidak dapat dipertanggungjawabkan. Mengubah persepsi masyarakat dari buruk menjadi baik membutuhkan waktu dan perlahan-lahan agar masyarakat benar-benar yakin dan tidak mempunyai pikiran buruk tentang Polri. Penelusuran, pengejaran dan penindakan (proses hukum) terhadap pemilik akun twitter @Opposite6890 karena dinilai telah melakukan propaganda dan menyebarkan isu tidak benar terkait Polri, merupakan salah satu poin untuk meyakinkan masyarakat dan tidak membuat masyarakat ragu malah membuat yakin bahwa berita yang disebarluaskan oleh pemilik akun twitter @Opposite6890 adalah berita hoaks dan Polri bersikap netral pada Pemilu 2019.

Berita-berita yang kurang tepat untuk masyarakat akan berdampak pada citra yang dibangun, sehingga dari dapat merusak reputasi citra yang ada pada instansi atau organisasi. Tugas humas bagaimana mengolah informasi itu, mengekspose ke media menyebarluaskan informasi, sehingga tidak adanya kekeliruan terhadap masyarakat. Humas dituntut untuk berpikir cerdas bagaimana mendongkrak citra perusahaan, instansi atau pun lembaga, informasi yang dimanfaatkan untuk menciptakan opini publik sebagai landasan mendasar terhadap masyarakat. Sehingga terciptanya hubungan timbal balik berupa citra yang positif.

Tantangan yang dihadapi kepolisian semakin berat dan kompleks, menjelang pelaksanaan Pilpres dan Pileg 2019 yang akan

dilaksanakan secara bersamaan, disinilah peran dari Kepolisian lewat Humas, harus menjaga agar citra kepolisian tersebut tetap mengalami kenaikan, salah satunya adalah dengan meningkatkan hubungan baik atau kemitraan dengan awak media, karena dengan peran dan fungsi media tersebut mampu menjembatani komunikasi dua arah antara kepolisian dan masyarakat.

Frank Jefkins dalam teorinya menjelaskan tentang bagaimana menjalankan prinsip-prinsip umum untuk membina hubungan dengan media yang baik⁴ yaitu melalui *by serving the media, by establishing a reputations for reliability, by supplying good copy, by cooperations in providing material, by providing verification facilities dan by building personal relationship with the media*. Jika dikaitkan dengan berita bohong atau hoaks tentang akun @opposite6890 di media massa dan online maka Polri melalui Humas Polri bersama dengan unsur wartawan dari berbagai media cetak maupun elektronik baik lokal maupun nasional perlu membentuk kemitraan guna membangun sinergitas pemberian informasi kepada masyarakat secara cepat, transparan dan berkualitas melalui yaitu pertama, *by serving the media* atau pelayanan kepada media. Salah satu bentuk pelayanan yang dilakukan Humas Polri terhadap media yaitu dengan melakukan pendekatan-pendekatan secara kekeluargaan hal ini dilakukan dalam penyampaian informasi yang dibutuhkan oleh rekan media. Namun dalam pelaksanaannya penulis mengamati dalam melakukan tahapan *serving the media* Humas Polri hanya fokus terhadap bagaimana kegiatan berlangsung dengan baik. Sedangkan Humas Polri belum menekankan pada dampak yang dialami ketika kegiatan pelayanan kepada media dilakukan. Ardianto⁵ menyebutkan bahwa segala aktivitas yang berhubungan dalam lingkup media relations tidak terlepas dari⁵ unsur kehumasan,

4 Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis, hlm.266.

5 Ibid, hlm.270

diantaranya *press release*, konferensi pers, *press briefing*, *special event*, *press interview*, dan *press luncheon*.

Hal tersebut dilakukan agar terbentuknya rasa harmonis baik dari pihak media selaku mediator untuk menyampaikan berita maupun pihak Polri yang berposisi sebagai komunikator atau sumber berita. Dalam menjaga kerjasama yang baik dengan media, Humas Polri setiap harinya menulis release dan memberikan kepada media. Release yang dibuat bisa berupa kebijakan perundang-undangan, berita mengenai Polri, maupun kegiatan yang lainnya. Selain kegiatan diatas, Humas Polri juga melakukan kerjasama dengan media-media cetak yang ada. Humas Polri juga menyediakan fasilitas dalam pelaksanaan jumpa pers, mulai dari tempat pelaksanaan hingga narasumber yang dibutuhkan oleh media.

Kedua *by establishing a reputations for reliability* atau membangun reputasi terhadap media. Strategi yang dilakukan humas Polri sebagai upaya untuk menegakan reputasi perusahaan agar perusahaan tersebut tetap dapat dipercaya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Kriyantono⁶ bahwa reputasi institusi (*institution reputation*) adalah persepsi publik atau sasaran mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama institusi. Sehingga segala sesuatu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polri akan membentuk persepsi rekan wartawan terhadap reputasi institusi Polri. Hal tersebut dapat dilihat dalam melakukan segala aktivitas program-program maupun menyiapkan informasi terhadap media Humas sangat terbuka menyampaikan informasi sesuai fakta-fakta yang terjadi di lapangan, selalu menyiapkan bahan-bahan informasi akurat dimana dan kapan saja diminta. Wartawan selalu ingin mengetahui sumber berita paling baik untuk mendapatkan informasi yang akurat dan hubungan timbal-balik terjalin semakin erat.

Setiap humas baik instansi pemerintah maupun swasta tentunya memiliki tugas yang berbeda-beda dalam hal kehumasan, namun demikian humas mempunyai satu tujuan yang sama tanpa terkecuali Humas Polri. Dalam setiap aktivitas kehumasannya, Humas Polri memiliki tujuan untuk menjaga reputasi Polri agar stakeholder dapat terus percaya. Hal tersebut di realisasikan melalui program-program maupun menyiapkan informasi terhadap rekan media jika ada klarifikasi pemberitaan maupun isu yang tersebar namun belum jelas faktanya. Humas Polri akan dengan sangat terbuka menyampaikan informasi sesuai fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Hal tersebut tentunya akan meningkatkan reputasi Polri agar dapat lebih dipercaya baik oleh media maupun masyarakat. Polri memiliki beberapa program kegiatan berkaitan dengan publikasi media massa. Selain itu juga sikap yang dilakukan Humas Polri dengan tidak memberikan uang transportasi kepada setiap rekan media yang ingin meliput kegiatan ataupun menggali pemberitaan terkait Polri merupakan bentuk dari menjaga reputasi. Dengan begitu menurut penulis upaya Humas Polri dalam menjaga reputasi sudah terlaksana dengan baik.

Ketiga *by supplying good copy* atau memberikan informasi yang baik. Selain pengiriman naskah informasi, strategi *by supplying good copy* ini dapat dilakukan dengan cara pengiriman news release yang baik. Dengan demikian terjalin kerjasama yang positif antara Public Relations dengan wartawan begitu pula sebaliknya. Hal diatas sesuai dengan salah satu point Ruslan⁷ yang menyebutkan : pelayanan informasi atau berita (*news service*) adalah pelayanan sebaik-baiknya yang diberikan oleh pihak public relations kepada pihak pers/reporter dalam bentuk pemberian informasi, publikasi dan berita baik tertulis, tercetak (*press release*, *news letter*, *photo press*), maupun yang terekam (*video release*, *cassets recorded*, *slide film*).

6 Rachmat Kriyantono, Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.45-46

7 Ruslan, Rosady. 2007. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: RajaGrafindo Persada, hlm.170

Terkait memberikan informasi Humas Polri memberikan naskah informasi kepada wartawan. Misalnya pengadaan gambar atau foto, pembentukan gambar atau foto bagi rekan media.

Pada tahap ini juga yaitu memasok naskah informasi yang baik. Misalnya menyediakan naskah yang baik, menarik perhatian, pengadaan gambar atau foto, pembentukan gambar atau foto yang baik. Juga pengiriman news release sehingga hanya sedikit yang memerlukan penulisan ulang. Press Release yaitu informasi tertulis yang dikeluarkan oleh suatu lembaga atau organisasi untuk mempublikasikan di media massa. Dengan pemuatan siaran pers, lembaga memperoleh publisitas sehubungan dengan event yang diselenggarakan atau isu yang diangkat Menyusun naskah press release merupakan salah satu dari pekerjaan Humas Polri dalam menjalankan kegiatan media relations. Press release merupakan siaran berita resmi yang dikeluarkan oleh Humas Polri. Press release disebarkan kepada media dengan tujuan untuk mendapatkan publisitas. Selain itu penyampaian press release juga di tampilkan pada situs resmi Polri yaitu www.polri.co.id. Press release biasanya diberikan kepada media ketika terdapat suatu kegiatan atau kebijakan Polri yang perlu dikomunikasikan kepada masyarakat. Salah satu penerbitan press release yang dilaksanakan adalah apabila adanya informasi penting seperti keberhasilan Polri dalam mengungkap kasus-kasus yang beredar di masyarakat. Selain itu press release juga diterbitkan untuk mengklarifikasi pemberitaan yang tidak berimbang dan juga untuk pemberitaan yang tidak benar. Humas Polri senantiasa menyediakan gambaran dari informasi yang akan disampaikan baik berupa dokumen-dokumen yang berkaitan berupa foto atau gambar yang bisa di salin secara langsung oleh pihak media. Menurut penulis yang perlu dilakukan Humas Polri yaitu menyediakan naskah informasi dan ketersediaan naskah

informasi berupa dokumen-dokumen yang berkaitan maupun foto atau gambar yang bisa disalin secara langsung oleh pihak media.

Keempat *by cooperationsin providing* material atau kerjasama dalam penyampaian materi informasi. Strategi yang dilakukan dengan kerjasama yang baik. Pada prinsipnya strategi ini adalah strategi yang dibuat untuk menciptakan kerjasama yang baik antara Humas dengan media. Menurut penulis Humas Polri telah melakukan kerjasama yang baik dengan rekan media dalam penyediaan bahan informasi. Penyediaan bahan informasi atau materi tidak hanya saat bertemu secara langsung dengan rekan media tetapi Humas Polri juga memiliki grup di media sosial yaitu WA dengan para wartawan yang menjadi media patner sehingga penyediaan informasi bisa dilakukan didalam group.

Kelima *by providing verification facilities* atau menyediakan fasilitas verifikasi. Selain keempat strategi diatas, seorang Humas Polri juga harus memikirkan fasilitas yang harus disediakan bagi pekerja-pekerja media. Humas Polri Selalu memberikan fasilitas kepada wartawan yang ingin mencari berita hal ini dilakukan tidak hanya bersifat formal namun juga di lakukan secara informal. Seperti Humas Polri melakukan pertemuan informal berupa *Coffee morning*. Namun dalam memfasilitasi rekan wartawan Humas masih fokus kepada hal-hal yang bersifat pertukaran informasi, sedangkan bentuk fasilitas yang dibutuhkan wartawan tidak hanya terkait dengan informasi berita, melainkan juga dengan memfasilitasi dalam pelaksanaan teknis sewaktu menggali berita hal tersebut dapat meningkatkan hubungan yang baik antar Humas Polri dan wartawan.

Selain itu, humas Polri senantiasa terbuka dalam memfasilitasi wartawan, salah satunya yaitu dengan memberikan waktu bagi wartawan yang masih belum cukup mendapatkan materi

atau data terkait pemberitaan yang akan di terbitkan. Press Tour Mengajak kalangan wartawan berkunjung ke suatu lokasi, baik yang berada dilingkungannya, maupun ketempat lokasi yang memiliki kaitan dengan kiprah lembaga tersebut, misalnya desa binaan lembaga dan sebagainya. Kegiatan media relations seperti press tour, belum terlaksana oleh pihak Polri dikarenakan belum terdapat anggaran yang dapat digunakan. Hal ini dikarenakan setiap program ataupun kegiatan yang dilakukan oleh Polri bergantung pada anggaran pemerintah, sehingga kegiatan press tour baru dilaksanakan ditingkatkan Polri saja.

Keenam by building personal relationship with the media atau membangun hubungan personal yang kokoh. Pada setiap kegiatan Humas Polri selalu mengundang rekan-rekan media baik pada acara formal maupun informal, guna untuk menjaga hubungan baik dengan media. Begitupun sebaliknya pada saat rekan media memiliki acara informal selalu mengundang rekan-rekan Humas. Seperti kegiatan Press luncheon atau Media gathering Kegiatan Press luncheon yaitu mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan, sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu dengan top manajemen lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan atau lembaga tersebut. *Press luncheon* atau dalam istilah lain yang digunakan oleh Polri yaitu media *gathering* merupakan salah satu kegiatan silaturahmi yang bertujuan mempererat hubungan antara institusi Polda dengan para insan pers. Kegiatan ini juga bertujuan meningkatkan sinergi yang lebih baik untuk penyebarluasan kegiatan ataupun hal lainnya oleh Polri dalam rangka sosialisasi mengenai manfaat dan keperluan institusi yang sangat dibutuhkan peran serta media. Hal ini dilakukan demi menjaga hubungan baik antara Humas dan media. Maka menurut penulis Humas Polri perlu membangun hubungan secara personal dengan media.

Solusi Pemolisian Dalam Pemeliharaan Kamtibmas Menuju Pilpres dan Pileg 2019 Yang Aman

Mengacu pada konsep kemitraan Polisi dan masyarakat menurut William Tafoya⁸ bahwa polisi harus belajar berbagi informasi, dimana polisi harus menguasai dengan baik mengenai perkembangan isu-isu mutakhir. Polisi diharuskan untuk bertindak sebagai badan yang menjadi acuan badan lain yang memberikan pelayanan sosial dan kultural dalam masyarakat. Polisi tidak hanya puas dengan apa yang dicapai masa lalu, tetapi melihat dirinya sebagai bagian penting dari masyarakat. Serta polisi hendaknya menjadi fasilitator perubahan sosial. Memang media massa bukan satu-satunya pihak yang dijaga hubungan baiknya dengan organisasi, namun dengan mengingat inti kegiatan Humas adalah berkomunikasi, maka menjalin hubungan baik dengan media menjadi sangat penting.

Solusi Pemolisian yang diperuntukkan bagi Polri dalam hal ini upaya yang perlu dilakukan oleh Polri untuk membangun kemitraan antara Polri dengan massa media dalam rangka pemeliharaan kamtibmas menuju pilpres dan pileg 2019 yang aman, tertib dan lancar yaitu pertama mengelola relasi dengan media massa sebagai institusi dan wartawan sebagai pekerja media massa. Dalam berkomunikasi dengan para wartawan dari berbagai media massa, Polri melalui Humas melakukan proses secara primer, dalam arti antara komunikator dan komunikan langsung berhadapan, dengan cara langsung bertatap muka, yang membuat wartawan lebih akrab. Sedangkan proses komunikasi sekunder Humas Polri adalah berhubungan dengan para wartawan melalui telepon ketika ada acara jumpa pers di luar jadwal yang ditetapkan. Humas Polri juga menggunakan media televisi, radio, dan surat kabar di dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, baik kegiatan-kegiatan kepolisian,

8 Tafoya, William L. 1989. *Change of Police Functions toward the End of the Century : Integration with the Social Network*, hlm. 1

himbauan, dan situasi Kamtibmas menjelang Pilpres dan Pileg 2019. Kedua, melakukan komunikasi yang intens diantara kedua belah pihak yang berkenaan dengan tugas-tugas pokok masing-masing. Polri menjalankan prinsip dasar dalam berhubungan dengan media masa. Humas Polri harus memperhatikan tenggat waktu bagi media massa, memberikan informasi yang benar dan akurat, pro-aktif memberikan informasi kepada wartawan dan media massa terkait tugas-tugas Kepolisian terutama tugas dalam rangka menjaga situasi kamtibmas yang kondusif dan pengamanan menjelang Pilpres dan Pileg 2019. Humas Polri harus selalu mengembangkan kedekatan dan hubungan akrab dengan para wartawan dan media massa. Humas Polri selalu berusaha menjadi sumber berharga oleh wartawan dan sebisa mungkin humas Polri tidak membuka pertengkaran yang tidak perlu dengan para wartawan.

Ketiga, membentuk Tim Media. Menyadari pentingnya peran media massa dalam pembentukan citra kepolisian dan pembentukan opini publik di masyarakat, maka Polri perlu membentuk Forum Wartawan Mitra Humas Polri dengan harapan Humas Polri dapat meningkatkan kerjasama yang baik dengan media massa dan wartawan. Melalui forum ini, pertama Polri dapat bertukar informasi berkaitan dengan kegiatan-kegiatan Kepolisian dan jajaran yang dianggap perlu untuk disampaikan oleh media menurut ketentuan peraturan yang berlaku. Kedua, melalui tim media ini Polri dapat melakukan kontrol terkait informasi yang dianggap tidak perlu dan belum siap untuk dipublikasikan karena berkaitan dengan pengembangan suatu kasus yang sedang ditangani oleh Polri. Ketiga, melalui tim media ini Humas Polri akan menjembatani terhadap keinginan wartawan untuk melakukan wawancara langsung atau press release atau press conference dengan Unsur Pimpinan Polri berkaitan dengan suatu permasalahan krusial

yang memerlukan penjelasan dari pimpinan secara langsung. Keempat, terus mengembangkan materi Humas untuk media massa. Dalam mengembangkan strategi pihak Polri, melalui Humas terus menerus mengembangkan materi Humas untuk media massa. Dengan cara Humas Polri mengirimkan anggota-anggotanya untuk mengikuti pendidikan-pendidikan yang berkaitan dengan kehumasan, kameramen, fotografer, dan jurnalistik, dengan tujuan Humas Polri memiliki anggota yang kompeten di dunia pers, sehingga bisa menyediakan materi yang baik bagi media massa. Pendidikan-pendidikan tersebut dikembangkan pada anggota-anggota dari jajaran Humas. Kelima, menggunakan berbagai media yang ada untuk menyampaikan pesan kepada publik. Di era demokrasi saat ini, peran media sangat strategis dalam membangun opini untuk mempengaruhi citra Polri oleh karena itu perlu melakukan komunikasi yang intens dengan wartawan dan media massa yang berkenaan dengan tugas-tugas pokok Kepolisian terutama terutama pesan-pesan kamtibmas yang mengajak seluruh elemen masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam menjaga situasi kamtibmas yang kondusif menjelang dan selama pelaksanaan Pilpres dan Pileg 2019. Apabila hal ini terus menerus disampaikan kepada masyarakat maka akan dapat menimbulkan sentimen positif dan meningkatnya rasa simpati dan empati masyarakat terhadap Polri.

Penutup

Pilpres dan Pileg tahun 2019 dilaksanakan pada waktu yang bersamaan, sehingga dilakukan berbagai upaya untuk mengantisipasi berbagai kerawanan agar situasi tidak memanas dan pada saat pelaksanaannya bisa berjalan aman, tertib dan lancar. Untuk itu Polri sebagai salah satu institusi pemerintah yang bertugas pada lini terdepan dalam mensukseskan pengamanan pelaksanaan Pilpres dan Pileg 2019, tentu mendapat banyak sorotan dan perhatian masyarakat terutama apabila terdapat cela

sedikit saja maka dapat menjadi isu sensitif yang berkembang di tengah–tengah masyarakat seperti konten berita bohong atau hoaks yang beredar melalui akun @opposite6890 yang sempat menghebohkan media massa dan online tentang ketidaknetralan Polri dalam pelaksanaan Pilpres dan Pileg 2019. Hal ini kalau dibiarkan terus dapat menimbulkan sentimen negatif dan kurangnya rasa simpati dan empati masyarakat terhadap Polri yang pada akhirnya berpengaruh terhadap ketidakpercayaan masyarakat terhadap Polri. Oleh karena itu Polri melalui Humas Polri bersama dengan unsur wartawan dari berbagai media cetak maupun elektronik baik lokal maupun nasional perlu membentuk kemitraan guna membangun sinergitas pemberian informasi kepada masyarakat secara cepat, transparan dan berkualitas yaitu melalui *by serving the media*, *by establishing a reputations for reliability*, *by supplying good copy*, *by cooperations in providing material*, *by providing verification facilities* dan *by building personal relationship with the media*.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Edisi Revisi. Bandung: Simbiosia
- Bland Michael, Alison Theaker, Davit Wragg. 2001. *Hubungan Media yang Efektif*. Jakarta: Erlangga
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Edisi ke Empat. Jakarta: Erlangga
- Lesly Philip. 1991. *Lesly's Handbook of Public Relations and Communication*, Chicago, III: Probus Publishing Company
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Iriantara, Yosol. 2008. *Media Relations: Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media
- Lesly Philip. 1991. *Lesly's Handbook of Public Relations and Communication*, Chicago, III: Probus Publishing Company
- Nawawi, Hadari. 1993. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Tafoya, William L. 1989. *Change of Police Functions toward the End of the Century : Integration with the Social Network*
- Helsyeria Melinda. 2008. *Strategi Humas Polda Riau dalam Meningkatkan Citra Positif Kepolisian*. UIN SUSKA Riau. Skripsi.
- Lubis, Elysa Evawani (2012). *Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah*. Dalam *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Volume 12, Nomor 1, Juli 2012.
- Undang-undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang *Kepolisian Negara Republik Indonesia*
- <http://suarabhayangkara.com/2019/03/11/mabes-polri-buru-pemilik-akun-opposite6890>. Senin 11 Maret 2019