

**MANAJEMEN *PRESS RELEASE* HUMAS POLDA DIY:
STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA TAHUN 2011**



**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

Ariella Rendy Romannica

08321004

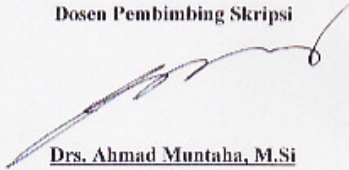
Public Relations

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2012**

SKRIPSI
MANAJEMEN *PRESS RELEASE* HUMAS POLDA DIY:
STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA TAHUN 2011



Dosen Pembimbing Skripsi


Drs. Ahmad Muntaha, M.Si
0527056401

SKRIPSI
MANAJEMEN *PRESS RELEASE* HUMAS POLDA DIY
STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA TAHUN 2011

Disusun oleh
Ariella Rendy Romannica
08321004

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 09 AUG 2012

Dewan Penguji :

1. Drs. Ahmad Muntaha, M.Si

NIDN 0527056401

2. Anang Hermawan, S.Sos., M.A

NIDN 0506067702

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Anang Hermawan, S.Sos., M.A

NIDN 0506067702

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Ariella Rendy Romannica**
No. Mahasiswa : **08321004**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi : **MANAJEMEN *PRESS RELEASE* HUMAS POLDA DIY:
STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA TAHUN 2011**

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta,
Yang menyatakan

Ariella Rendy Romannica
08321004

KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT

SURAT KETERANGAN

Nomor : B/ 10 / VII / 2012/Bidhumas

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hj ANNY PUDJIASTUTI, S.Sos, M.Si.
Pangkat : AKBP / 58110252
Jabatan : KABID HUMAS
Kesatuan : POLDA D.I.YOGYAKARTA

Menerangkan bahwa berdasarkan surat Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UII Yogyakarta Nomor : 269/Dek/70/Div.Um&RT/III/2012 tanggal 05 Maret 2012 perihal Permohonan Ijin Penelitian atas nama :

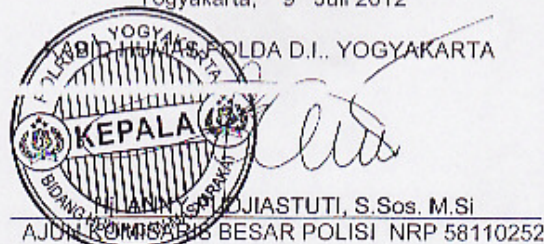
Nama : ARIELLA RENDY ROMANICCA
No.Mahasiswa : 08 321 004

Telah mengadakan penelitian dan mencari data informasi untuk penulisan Skripsi sebagai tugas akhir dengan judul penelitian " STRATEGI MEDIA RELATIONA HUMAS POLDA DIY DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN MEDIA "

Demikian Surat Keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya .

Yogyakarta, 9 Juli 2012

POLDA D.I. YOGYAKARTA
KEPALA
Hj ANNY PUDJIASTUTI, S.Sos, M.Si
AJUN KOMISARIS BESAR POLISI NRP 58110252



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, wr, wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Manajemen *Press Release* Humas Polda DIY: Studi Pada Tahun 2011" dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dorongan dan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Ahmad Muntaha, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis, terima kasih atas arahan dan bimbingan yang bermanfaat
2. Bapak Anang Hermawan S.Sos.,M.A selaku DPA penulis dan sebagai Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia
3. Kabid Humas Polda DIY AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si dan Kaur Penunjang Humas Polda DIY Sumarsih selaku narasumber Humas Polda DIY
4. Keluarga penulis, ayah, ibu, mas Fendy atas doa dan dukungannya
5. Teman-teman Ilmu Komunikasi UII khususnya *Public Relations* 2008, terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan kerjasama selama masa perkuliahan hingga masa skripsi
6. Zarkoni, Gunawan, Zaldi, Maya, dan Dyah. Terima kasih atas bantuannya selama proses perkuliahan dan proses skripsi berlangsung hingga selesai

Penulis menyadari bahwa masih ada beberapa kekurangan dalam skripsi ini. Penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang membangun dari semua pihak agar bermanfaat di kemudian hari. Terima kasih atas perhatiannya.

Wassalamualaikum, wr, wb

Yogyakarta, Juli 2012

Ariella Rendy Romannica

MOTTO

”Ilmu tidak dapat diraih dengan mengistirahatkan badan (bermalas-malasan)”

(HR Muslim)

”Hari ini berjerihpayah, besok berjaya”

(Merry Riana)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk:

Ayah dan Ibu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN BUKTI MELAKUKAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Metode Penelitian	27
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Polda DIY	33
B. Visi-Misi Poda DIY	34
C. Logo Polda DIY	35
D. Wilayah Kerja	36
E. Humas Polda DIY	36
F. Visi dan Misi Humas Polda DIY	38
G. Logo Humas Polda DIY	39
H. Kualitas Personil	42
I. Struktur Organisasi	43
J. Job Description	43
BAB III TEMUAN PENELITIAN	
A. <i>Media Relations</i> Humas Polda DIY.....	47
B. Kebijakan Penulisan Press Release	49
C. Mekanisme Penulisan Press Release	60
D. Mekanisme Pengiriman Press Release ke Media	63
E. Evaluasi Penulisan Press Release	69
F. Naskah Press Release Tahun 2011	86

BAB IV PEMBAHASAN

A. Manajemen Press Release humas Polda DIY	
1. Analisis Kegiatan <i>Media Relations</i> Humas Polda DIY	93
2. Analisis Kebijakan Press Release	95
3. Analisis Mekanisme Penulisan Press Release	99
4. Analisis Mekanisme Pengiriman Press Release ke Media	105
5. Analisis Evaluasi Press Release	109
6. Analisis Naskah Press Release Polda DIY Tahun 2011	113

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	127
B. Keterbatasan Penelitian	131
C. Saran	131

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian	31
Tabel 1.2 Metode Penelitian	31
Tabel 3.1 Jadwal Wawancara	47
Tabel 3.2 Perbandingan Naskah Press Release Asli dan di Media	54
Tabel 3.3 Perbandingan Naskah Press Release Asli dan di Media	58
Tabel 3.4 Daftar Media Radio	64
Tabel 3.5 Daftar Media Televisi	65
Tabel 3.6 Daftar Media Cetak	66
Tabel 3.7 Daftar Media Online	67
Tabel 3.8 Mekanisme Pengiriman Press Release	68
Tabel 3.9 Press Release Januari 2011	70
Tabel 3.10 Press Release Maret 2011	71
Tabel 3.11 Press Release April 2011	72
Tabel 3.12 Press Release Mei 2011	73
Tabel 3.13 Press Release Juni 2011	73
Tabel 3.14 Press Release Juli 2011	75
Tabel 3.15 Press Release Agustus 2011	76
Tabel 3.16 Press Release September 2011	78
Tabel 3.17 Press Release Oktober 2011	79
Tabel 3.18 Press Release November 2011	80
Tabel 3.19 Press Release Desember 2011	82
Tabel 3.20 Evaluasi Naskah Press Release	83
Tabel 3.21 Obyek Press Release	87
Tabel 3.22 Panjang Judul Press Release	87
Tabel 3.23 Lead	88
Tabel 3.24 Tubuh	88
Tabel 3.25 Ekor	89
Tabel 3.26 Foto/Data Pendukung	89
Tabel 4.1 Pengiriman Press Release ke Media	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida Terbalik	24
Gambar 2.1 Logo Polda DIY	35
Gambar 2.2 Logo Humas Polda DIY	39
Gambar 3.1 Naskah Press Release 15 April 2011	52
Gambar 3.2 Pemuatan Press Release di Media Massa 18 April 2011	53
Gambar 3.3 Naskah Press Release 17 November 2011	56
Gambar 3.4 Pemuatan Press Release di Media Massa 14 November 2011...	57
Gambar 3.5 Pemuatan Press Release di Media Massa 14 November 2011...	58
Gambar 3.6 Foto Dokumentasi Press Release Yang Di Muat Di Media	90
Gambar 3.7 Data Pendukung Press Release Humas Polda DIY	91
Gambar 4.1 Press Release Desember 2011	115
Gambar 4.2 Pola Piramida Terbalik	117
Gambar 4.3 Layout Press Release	124
Gambar 4.4 Layout Press Release Humas Polda DIY	125

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Hubungan Antara Rencana, Penulisan dan Evaluasi	17
Bagan 2.1 Struktur Organisasi Humas Polda DIY	43
Bagan 3.1 Mekanisme Penulisan Press Release	62
Bagan 4.1 Hubungan Antara Rencana, Penulisan & Evaluasi	102
Bagan 4.2 Mekanisme Penulisan Press Release Margaria Group	104
Bagan 4.3 Mekanisme Penulisan Press Release Pemkot Jogja	105

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 : Formulir Kategorisasi
- Lampiran 4 : Wawancara Informan AKBP Hj. Anny Pudjiastuti S.Sos., M.Si
- Lampiran 5 : Wawancara Informan AKP S. Sumarsih
- Lampiran 6 : Naskah Press Release 16 April 2011
- Lampiran 7 : Pemuatan Naskah Press Release di Media Massa 18 April 2011
- Lampiran 8 : Naskah Press Release 14 November 2011
- Lampiran 9 : Pemuatan Naskah Press Release di Media Massa 4 November 2011
- Lampiran 10 : Naskah Press Release 25 Agustus
- Lampiran 11 : Naskah Press Release 11 Oktober 2011
- Lampiran 12 : Naskah Press Release 17 Oktober 2011

ABSTRAKSI

Ariella Rendy Romannica, 08321004. *Manajemen Press Release Humas Polda DIY Studi Deskriptif Kualitatif Pada Tahun 2011*. Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2012.

Perkembangan masyarakat modern seperti sekarang ini telah menciptakan relasi ketergantungan antara masyarakat dengan media dan peran media pun sebagai pembentuk citra tidak bisa dipungkiri efektifitasnya. Oleh karena itu mengingat peran media yang begitu kuat dalam mempengaruhi opini publik maka sudah saatnya institusi pemerintahan seperti Polda DIY memperhatikan kemampuan menulis dan manajemen kegiatan penulisan *press release*. Hal ini penting karena untuk mendukung kinerjanya dan juga guna memberikan informasi kepada publik serta dapat menjalin hubungan baik dengan media.

Dalam penelitian ini penulis merumuskan dua rumusan masalah, yaitu: bagaimana manajemen *press release* humas Polda DIY dan apakah naskah *press release* humas Polda DIY sudah sesuai dengan kaidah penulisan *press release* sesuai teori. Untuk menjawab rumusan masalah, peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang didapat dari hasil wawancara langsung antara penulis dengan Kabid humas Polda DIY, Kaurpenum humas Polda DIY, dan Naskah *Press Release* periode Januari 2011-Desember 2011 sedangkan data sekunder didapat dari pengamatan, buku-buku, literatur, *website*, dan dokumen-dokumen ataupun sumber lain yang masih relevan dengan masalah yang diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan manajemen *press release* yang ada di Humas Polda DIY.

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan penting. *Pertama*, humas Polda DIY memiliki kriteria kebijakan penulisan *press release* yang mampu di implementasikan dengan baik. Mekanisme penulisan *press release* terdiri dari pencarian materi, penulisan, pengecekan dan penandatanganan Kabid Humas Polda DIY, pengiriman ke media, monitoring dimuat/tidaknya *press release*, dan evaluasi. Mekanisme pengiriman *press release* ke media yaitu naskah yang sudah jadi dikirim secepatnya kepada wartawan yang dikenal, melalui email/faksimili, dan konfirmasi kepada redaksi apakah *press release* sudah diterima/belum.

Evaluasi naskah *press release* yang dilakukan dengan teknik klipang. *Kedua*, naskah *press release* humas Polda DIY mayoritas jenis topik *press releasenya* adalah *basic publicity release*, memiliki teknik penulisan dengan memasukkan unsur 5W+1H dan menerapkan unsur piramida terbalik dimana lead yang terletak di paragraf paling atas berisi informasi yang mencakup pertanyaan 5W+1H, paragraf berikutnya berisi informasi yang menguatkan paragraf pertama, dan paragraf terakhir berisi rangkuman yang memperkaya informasi dari keseluruhan isi *press release*.

Kata Kunci: *Press Release*, Kebijakan, Evaluasi

ABSTRACT

Ariella Rendy Romannica, 08321004. *Press Release Management in Yogyakarta Special Province Descriptive Qualitative Study 2011*. Undergraduate Thesis Department of Communication, Faculty of Psychology and Socio-Cultural studies. Indonesian Islamic University. 2012.

The development of modern society it is today has created a dependency relationship between the media and the role of community media as a shaper image were undeniable effectiveness. Therefore, given the role of the media are so powerful in influencing public opinion then it's time for government agencies such as Yogyakarta police attention to the ability to write and manage the activities of writing press releases to support performance and also to provide information to the public as well as to establish good relationships with the media.

In this study the authors formulate a two-formulation of the problem, namely: how the management of press releases and DIY PR Police press release whether the manuscript Yogyakarta police public relations is in conformity with the rules of writing press releases according to the theory. To answer the formulation of the problem, researchers used a qualitative research. The type of data is primary data is data obtained from direct interviews between the writer and Head of Yogyakarta police public relations, public relations Kaurpenum Yogyakarta police, and the text of Press Release January 2011-December period 2011 While the secondary and derived from observation, books, literature , website, and documents or other sources that are relevant to the issues under study.

The study produced several important findings. First, public relations Yogyakarta police have a press release writing policy criteria that can be implemented properly. Mechanism consists of writing a press release from the search of material, writing, checking and signing of the Head of Police Public Relations DIY, delivery to the media, monitoring is loaded / absence of the press release, and evaluation. Delivery mechanism to a media press release is a finished manuscript sent to reporters immediately known, via email / fax, and confirmation to the editor if the press release has been received / yet.

And evaluation of the manuscript made by press release clipping technique. Second, the draft press release public relations majority Yogyakarta police are kind of basic topics release press release publicity, has writing technique by incorporating elements of 5W +1 H and apply the elements of the inverted pyramid in which the lead is located in the paragraphs above contain information that includes questions 5W +1 H, paragraph The next paragraph contains the information that amplifies the first and last paragraphs contain a summary of the information that enriches the entire contents of the press release.

Keyword: Press Release, Policies, Evaluation

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan semangat reformasi dan demokrasi, pada tahun 2000 Polri dinyatakan lepas dari TNI dan harus menjalani fungsinya sebagai pemelihara keamanan dan kertertiban masyarakat. Selama ini beragam tanggapan masyarakat terhadap citra Polri, ada yang menilai buruk ada juga yang menilai baik. Menilik citra baik Polri, terbukti beberapa kasus besar yang sangat meresahkan masyarakat mampu dibongkar, keberhasilan Polri diantara lain yaitu membongkar jaringan Al Jam'ah Al Islamiyah (JI). Dengan menangkap atau menembak mati gembong pimpinan JI tersebut hanya karena di jalan raya oknum Polantas memeras mereka, kemudian keberhasilan penangkapan gembong teroris Noordin M Top yang ditembak mati oleh Densus 88 anti teror, serta perburuan Dr. Azhari yang terkenal ahli dibidang merakit bom juga berakhir tewas dalam penangkapannya di Batu Malang Jawa Timur.

Berbicara tentang citra buruk Polri, Reza Syawawi Peneliti Hukum dan Kebijakan Transparency Internasional Indonesia mengemukakan pendapatnya di rubrik Opini harian Kompas 23 Agustus 2010, mengenai beberapa petinggi Polri yang diduga terlibat kasus rekening gendut, Syawawi berpendapat bahwa klarifikasi yang disampaikan pihak Polri dihadapan publik (16/7/2010) seolah-olah menjadi penyelesaian dan pembenaran sepihak Polri akan keberadaan rekening tersebut.

Hasil ini dianggap final oleh kapolri dan tidak akan berlanjut kearah penyelidikan. Bahkan belakangan diketahui, keberadaan sejumlah uang di rekening petinggi Polri atas alasan apa pun tetap dicurigai bermasalah kerana rekening gendut itu tidak sepadan dengan profil seorang petinggi Polri. Apalagi pemeriksaan yang dilakukan secara tertutup oleh internal Polri dan penolakan intervensi pihak luar semakin meyakinkan bahwa rekening tersebut

memang bermasalah. Dengan adanya contoh kasus tersebut dapat dikatakan bahwa pencitraan Polri belum sepenuhnya baik, karena selain kasus tersebut masih banyak perilaku minus Polri yang dapat merusak citra institusinya sendiri.

Berdasarkan penjelasan di atas maka sudah saatnya institusi-institusi pemerintahan seperti Polri untuk lebih meningkatkan profesionalismenya di bidang *Public Relations* khususnya aktivitas *media relations*nya. Hal ini penting bagi Polri karena mengingat adanya opini publik yang menilai negatif Polri. Pada dasarnya kemampuan kehumasan Polri adalah untuk menjelaskan keberadaan Polri dengan segala kekuatan dan kelemahannya yang menjadi penting. Sehingga citra dan wibawa yang selama ini berkonotasi negatif lambat laun dapat berubah menjadi polisi yang benar-benar dapat menjaga ketertiban dan keamanan masyarakat.

Mantan Kabareskrim Susno Duadji (dalam Setiyaji, 2010: 46) menjelaskan salah satu konotasi negatif dari Polri yang paling populer adalah bahwa seolah-olah semua polisi itu berperilaku buruk, tukang pungli (pungutan liar) atau korupsi. Kalau ada seorang polisi yang jujur, tidak mau pungli, tidak mau makan uang haram, maka polisi itu dianggap orang aneh. Disebutnya polisi gila, dan harus disingkirkan jauh-jauh. Sungguh, stigma polisi itu tukang korupsi harus dihilangkan. Jadi kemampuan berkomunikasi dan kehumasan itulah yang nantinya dikembangkan oleh setiap polisi, sehingga mereka mampu meyakinkan masyarakat ketika memberikan penjelasan mengenai tindakan yang mungkin dipertanyakan masyarakat.

Perkembangan masyarakat modern seperti sekarang ini telah menciptakan relasi ketergantungan antara masyarakat dengan media dan peran media pun sebagai pembentuk citra tidak bisa dipungkiri efektifitasnya. Oleh karena itu humas Polda DIY yang merupakan bagian dari tubuh Polri sudah saatnya

melakukan strategi *media relations* yang tepat sehingga dapat menjalin hubungan yang baik dengan media.

Media berfungsi sebagai sarana penyebarluasan informasi tentang perusahaan kepada khalayak, sehingga media dan PR merupakan *partner* kerja. Dengan kata lain, ada simbiosis mutualisme yang terbangun diantara keduanya, PR bertanggung jawab menyampaikan dan menerima informasi sedangkan media bertanggung jawab menjalankan hak publik untuk memperoleh informasi.

Menjadi seorang PR agar aktivitas *media relations* dapat berjalan dengan baik harus memiliki keahlian menulis, sebab di dalam aktivitas *media relations* terdapat dua jenis kegiatan utama, yaitu kegiatan penulisan dan non penulisan. Kegiatan penulisan dalam *media relations* diantaranya adalah, penulisan *press release*, penulisan *feature*, penulisan artikel, penulisan *advertorial*, dan penulisan surat pembaca sedangkan kegiatan non penulisan *media relations* adalah konferensi pers, *press briefing*/jumpa pers rutin, *special event*, wawancara, dan kunjungan ke kantor pers.

Melihat dari jenis kegiatan *media relations* diatas maka dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitian pada kegiatan *media relations* humas Polda DIY berupa aktivitas penulisan *press release*. *Press release* yaitu informasi tertulis yang berisi sebuah berita atau informasi yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkan kegiatannya (Kriyantono, 2008:131).

Kemampuan menulis *press release* kian penting bagi Polda DIY yang merupakan bagian dari tubuh Polri yang saat ini mengalami penurunan citra. Sehingga keberhasilan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan ini bergantung pada kemampuan pelaksanaan sistem kerja, khususnya bagian hubungan masyarakat (humas) Polri yang menjadi garda terdepan dalam memperbaiki citra Polri.

Melihat kondisi tersebut di atas, kemampuan menulis *press release* yang baik dan cara menyusunnya menjadi penting untuk dipahami, khususnya bagi Polda DIY. Terlebih lagi *release* berita termasuk yang paling sering digunakan oleh para praktisi PR untuk menginformasikan beragam perkembangan yang dialami oleh organisasi kepada publik (Iriantara, Surachman, 2006: 77).

keahlian menulis serta hubungan yang baik dengan media hendaknya menjadi perhatian penting bagi Polri umumnya dan Polda DIY khususnya karena ketika *press release* sudah berada di tangan editor media massa, maka praktisi PR tidak memiliki kontrol atas keputusan dimuat tidaknya *release* yang telah dikirim. Bahkan, bukan tidak mungkin naskah yang ditulis berbeda dengan yang dikeluarkan oleh institusi media massa. Oleh karena itu membuat *release* yang layak muat di media massa, teknik penulisannya perlu dipahami serta ditunjang hubungan yang baik dengan media sehingga dapat membantu dimuatnya *release*.

Banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh organisasi ke kantor media massa sesungguhnya dapat dijadikan sebagai upaya pembangunan relasi dengan media massa. Dikemudian hari, salah satu manfaat *media relations* tersebut bisa dalam bentuk kemauan media massa untuk menerbitkan *release* sehubungan dengan perkembangan yang sedang terjadi di dalam organisasi yang dikirim oleh praktisi PR (Prayudi, 2007: 21).

B. Perumusan Masalah

Aktivitas *media relations* di dalam institusi pemerintahan seperti Polda DIY di era kovergensi seperti sekarang ini menjadi hal yang sangat krusial, karena mengingat masyarakat saat ini semakin kritis dan peka terhadap suatu berita.

Peran humas Polda DIY sebagai corong institusi menjadi hal yang tak boleh diremehkan keberadaannya, dengan didukung kemampuan menulis *press release* dan jalinan hubungan media yang baik maka tak hanya penerbitan *release* yang positif oleh media saja yang diperoleh, namun citra buruk yang akhir-akhir ini melekat pada tubuh Polri lambat laun akan menjadi citra yang positif. Hal ini karena didukung adanya hubungan yang baik antara Polda DIY yang jadi bagian dari tubuh Polri dengan media serta ditunjang kemampuan menulis *press release* yang baik.

Penelitian ini akan lebih menitik beratkan pada manajemen *press release* humas polda DIY pada tahun 2011. Dari latar belakang tersebut dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana manajemen *press release* Humas Polda DIY pada tahun 2011?

Lingkup penelitian yang akan diteliti adalah:

1. Kebijakan penulisan *press release*
2. Mekanisme penulisan *press release*
3. Mekanisme pengiriman *press release* ke media
4. Evaluasi *press release*
5. Naskah *press release* humas Polda DIY pada tahun 2011

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana *press release* humas Polri khususnya Jajaran Kepolisian Polda DIY dalam membangun hubungan baik dengan media yang notabene Polri adalah sebagai aparaturnya penegak hukum di masyarakat:

1. Mendeskripsikan manajemen *press release* humas Polda DIY yang terdiri dari kebijakan penulisan, mekanisme penulisan, mekanisme pengiriman dan evaluasi *press release*.

2. Mendeskripsikan naskah *press release* humas Polda DIY selama tahun 2011 dengan standar penulisan teori-teori yang ada.

D. Manfaat Penelitian

Setiap program penelitian mampu memberikan berbagai manfaat bagi obyek yang diteliti, peneliti, maupun pihak-pihak lain yang terkait. Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan baru bagi mereka yang tertarik kepada bidang studi komunikasi kehumasan, khususnya yang berkaitan dengan aktivitas penulisan *press release* oleh humas termasuk humas lembaga pemerintahan. Dengan cara ini penulis mencoba memberikan wawasan baru bagi para akademisi komunikasi bagaimana melihat kinerja humas Polri, khususnya humas Kepolisian Polda DIY.
2. Manfaat praktis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi perbaikan dan penyempurnaan kinerja humas anggota Polri khususnya Polda DIY dalam hal manajemen *press releasenya* sebagai upaya membangun citra Polri melalui kemampuan penulisan *press release* dan aktivitas media relations lainnya.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk memperkuat analisis maka perlu dilakukan tinjauan pustaka yang dapat dijadikan sumber ilmiah sehingga penelitian ini mempunyai indikator sesuai teori-teori yang sudah ada. Adapun tinjauan pustaka dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji teori-teori dan studi pustaka terdahulu yang mengandung tema *press release*. Beberapa pustaka yang peneliti uraikan adalah penelitian yang berasal dari skripsi.

Penelitian terkait *press release* yang dilakukan oleh Kinanthi Tyas Andhini mahasiswa UII, dengan judul “Strategi Hubungan Media Pemerintah Daerah Dalam Pencitraan Institusi”. Penelitian ini mengangkat masalah “bagaimanakah strategi hubungan media, implementasi/pelaksanaan strategi dan kendala serta solusi atas strategi yang dilakukan humas sekretariat daerah kabupaten Rembang dalam pencitraan institusi?”

Dari hasil penelitian, peneliti menguraikan bahwa kegiatan *media relations* Humas Sekretariat Rembang khususnya kegiatan *press release* adalah sebagai bentuk hubungan media Pemerintah Kabupaten Rembang. *Press release* digunakan Humas Setda Rembang untuk membentuk citra serta meredakan krisis. *Press release* dikirim melalui email, karena memang sebagian besar wartawan yang menjalin kerjasama dengan humas Setda Rembang berada di luar kota. Tindakan ini dilakukan karena tidak memungkinkan pihak humas mengirimkan *press release* melalui pos atau wartawan datang sendiri ke kantor. Jumlah wartawan yang bekerjasama terdiri dari 44 wartawan dari berbagai jenis media. Sedangkan kriteria penulisan *press release* humas Setda Rembang adalah menuliskan bagian terpenting terlebih dahulu baru masuk ke bagian pelengkap atau dari khusus ke umum sesuai dengan prinsip piramida terbalik yang didalamnya juga termuat unsur 5W+1H.

Metode penelitian terdahulu di atas berbeda dengan jalur penelitian *press release* ini. Dalam penelitian *press release* humas Polda DIY, lebih di khususkan pada pembahasan manajemen *press release* mulai dari

kebijakan *press release*, mekanisme penulisan, cara penyampaian ke media, evaluasi penulisan *press release* dan analisis naskah *press release* sesuai teori yang ada. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kinanthi lebih kepada penelitian seluruh kegiatan *media relations* Humas Setda Rembang yang termasuk juga didalamnya kegiatan *media relations* berupa penulisan *press release*. Sehingga dalam penelitian tersebut tidak dijelaskan secara jelas bagaimana manajemen *press release* yang ada di Humas Setda Rembang.

Penelitian yang bertemakan *press release* dilakukan juga oleh Rizka Azia mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan judul “Strategi Media Relations Lembaga Semi Pemerintah Dalam Membangun Reputasi”, dalam penelitian ini Azia memfokuskan pada Lembaga Ombudsman Daerah dan Lembaga Ombudsman Swasta DIY.

Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa *press release* merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh Lembaga Ombudsman Daerah DIY. Skala pembuatan *press release* berdasarkan laporan investigasi dan mediasi yang dilakukan oleh pihak LOD. Penulisan *press release* ditulis seperti artikel jurnalistik. Penyampaian *press release* melalui media online yaitu di upload ke website LOD DIY sehingga wartawan yang membutuhkan informasi dapat mendownload naskah *release* tersebut di website. Penulisan *press release* sendiri menggunakan unsur 5W+1H.

Metode penelitian di atas berbeda dengan jalan penelitian *press release* yang dilakukan di Humas Polda DIY, dalam penelitian tidak dijelaskan dan dianalisis dengan detil bagaimana format penulisan *release*-nya, gaya penulisan, teknik penulisan dan lain sebagainya karena pada dasarnya penelitian Rizka Azia adalah tidak difokuskan pada pembuatan *press release*nya namun lebih kepada seluruh kegiatan *media relations*nya. Sedangkan dalam penelitian manajemen humas Polda DIY

bedanya akan meneliti lebih fokus pada naskah *press release* yang dibuat oleh humas Polda DIY selama tahun 2011 dan akan lebih detil meneliti bagaimana mekanisme, format, teknik, standar penulisan, evaluasi dan cara penyampaian *release* kepada media

2. Kerangka Teori

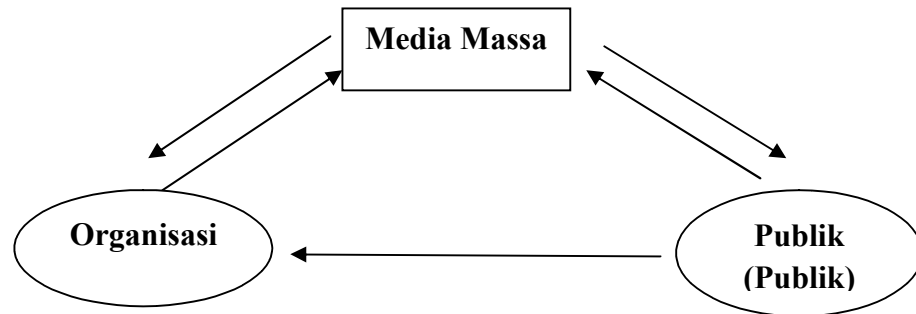
a. Media Relations

Media relations menurut Winconsin-Rivel Fall, Barbara Averill (dalam Iriantara, 2005: 28) adalah media relations merupakan salah satu bagian dari public relations, namun bisa menjadi perangkat yang sangat penting dan efisien. Penting disini karena media relations akan menopang keberhasilan sebuah program dan efisien karena tak memerlukan banyak daya dan dana untuk menginformasikan program yang akan dijalankan dengan menggunakan teknik publisitas.

Artinya ketika praktisi PR mampu menyusun pesan maka yang terjadi adalah bukan hanya saja diterima tetapi juga dipandang penting oleh media, dengan demikian hal ini sudah merupakan langkah besar menuju keberhasilan sebuah program.

Lesly (dalam Iriantara, 2005: 29) berpendapat bahwa media relations erat kaitannya dengan media komunikasi karena digunakan untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi

Secara sederhana menurut Yosol Iriantara (2005: 31) dapat digambarkan arus komunikasi dalam praktik media relations sebagai berikut:



Gambar 1.1 Arus Komunikasi dalam Media Relations

Gambar di atas menunjukkan, organisasi menyampaikan informasi, gagasan atau citra melalui media massa kepada publik. Sedangkan publik, bisa menyampaikan aspirasi, harapan, keinginan atau informasi melalui media massa kepada organisasi.

Aktifitas *media relations* tidak selalu dilakukan oleh semua organisasi. Aktivitas ini biasanya hanya dilakukan secara rutin oleh organisasi/perusahaan yang memiliki publik eksternal yang luas. Diah Wardhani menjelaskan organisasi yang membutuhkan media relations contohnya adalah organisasi pemerintahan yang kebijakannya menyentuh kepentingan masyarakat luas, Badan Usahan Milik Negara, perusahaan-perusahaan *go public*, perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan publik dan sejenisnya (2008: 12)

Di dalam aktivitas media relations terdapat berbagai macam bentuk kegiatan yang pada umumnya dijalankan oleh departemen public relations dan berikut bentuk-bentuk kegiatannya menurut Diah Wardhani (2008: 14): pengiriman *press release*, menyelenggarakan konferensi pers, *media gathering*, *pers tour*, *special event*, dan wawancara khusus.

Dalam upaya mencari berbagai informasi, wartawan membutuhkan beragam narasumber, baik dari kalangan executive, legislatif, yudikatif, masyarakat umum dan termasuk di dalamnya adalah praktisi

humas. Sehingga di dalam menjalankan aktivitas media relations seorang praktisi humas perlu memiliki kompetensi sebagai berikut:

- 1) Kemampuan menulis dengan bahasa jurnalistik yang baik dan membuat konsep pidato
- 2) Wawasan yang luas melalui pemahaman perkembangan isu di media dan masyarakat dan hal lain terkait dengan media
- 3) Menguasai pengetahuan komunikasi persuasi dan personal
- 4) Menguasai produk/corporate knowledge
- 5) Menguasai komunikasi yang efektif
- 6) Memiliki kemampuan sebagai narasumber media yang kredibel
(Wardhani, 2008: 17)

Oleh karena itu pada intinya tidak semua yang berkaitan dengan dunia tulis menulis itu berkaitan dengan media relations namun banyak kegiatan media relations yang menuntut kemampuan tulis menulis

b. Kebijakan Penulisan *Press Release*

Pada dasarnya, *press release* merupakan sebuah naskah sederhana yang bertujuan menyebarkan informasi kepada publik melalui media massa. Nurudin (2008: 81-82) menjelaskan bahwa alinea adalah posisi yang paling penting dari seluruh siaran pers. alinea pertama biasanya berisi maksud kuat yang menggambarkan keseluruhan isi. Dalam media cetak sering di istilahkan *lead* atau *intro*. Siaran berita atau *press release* sebaiknya dibuat dengan mengikuti pola 5W+1H *Who* (siapa), *What* (apa), *Where* (dimana), *Why* (mengapa), *When* (kapan) dan *How* (bagaimana).

Jadi dalam alinea pertama hendaknya melengkapi unsur 5W+1H Sedangkan alinea selanjutnya harus mendukung informasi yang ada pada alinea awal dan alinea yang terakhir adalah alinea penutup

dimana berisi ringkasan dari keseluruhan informasi. Sedangkan dalam penulisan judul hendaknya pemilihan kata dapat menarik perhatian pembaca dan tentunya judul yang dibuat dapat mewakili isi berita.

Selanjutnya Nurudin menjelaskan dalam menuliskan *press release* hendaknya menyebutkan nama lengkap organisasi di awal siaran pers, lengkap dengan logo. Sesudah itu, nama dapat ditulis dalam bentuk permulaannya (*initial*). Lengkapi pula semua pernyataan dengan fakta-fakta individu atau organisasi karena media yang dituju (media massa yang dikirim *press release*) tidak dapat ditulis jika pernyataan yang dikemukakan tidak tegas dan menyebut sumber yang jelas. Ketik siaran pers yang rapi dan sebaiknya gunakan 1-2 halaman kertas saja.

Pastikan pula bahwa apa yang ditulis merupakan ide asli dan denotatif (arti sebenarnya). Artinya dalam penulisan *press release* jangan menggunakan kata-kata klise. Tunjukkan informasi secara sederhana dan *to the point*, dan terakhir tutup siaran pers dengan satu atau dua nama yang bisa dihubungi untuk informasi lebih lanjut. Hal ini perlu di ingat karena seorang wartawan itu bekerja hamper 24jam. Bisa jadi wartawan membutuhkan konfirmasi diluar jam kantor.

c. Mekanisme Penulisan Press Release

Menulis kini menjadi kegiatan penting bagi hamper semua orang. Terlebih bagi orang-orang yang berprofesi sebagai *Public Relations* atau humas. Melalui tulisan penyebaran informasi bisa dilakukan. Dengan begitu, informasi yang dihadirkan bisa segera diketahui oleh banyak orang melalui media massa.

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, PR atau humas diharuskan akrab dengan kegiatan menulis. Menulis ini merupakan

bagian dari kegiatan mengemas informasi yang relevan untuk disampaikan kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Pada point ini akan dibahas mengenai mekanisme penulisan *press release*, adapun mekanisme penulisan *press relase* menurut Rhenald Khasli (2006: 164-169) terdapat 3 tahapan proses penulisan untuk *public relations*, diantaranya adalah:

1. Perencanaan

Pada tahap perencanaan, pertama tama seorang praktisi PR harus menetapkan isu apa saja yang akan dijadikan bahan penulisan yang nantinya akan dilempar ke publik. Isu tersebut bisa berupa suatu tema baru, ancaman baru, kerja sama baru, atau apa saja yang mengandung nilai berita. Agar menjadi relevan bagi *audience* media, isu perlu dikembangkan dan dikemas sedemikian rupa sehingga dapat dikaitkan dengan komponen lainnya, seperti:

- a) Siapa *public figure* yang akan ditonjolkan
- b) Siapa pihak pihak yang akan mengambil manfaat atau terkena dampak dari isu tersebut.
- c) Apa kekuatan dan kelemahan yang dapat diangkat kepada publik.

Adakalanya instansi perusahaan perlu membuat berita agar masyarakat tetap mempunyai kabar dari perusahaan. Namun jangan sampai terlalu sering mengirim berita juga karena akan membosankan *audience* media.

2. Penulisan

Dalam melakukan kegiatan penulisan naskah press release penting sekali mengendalikan sumber-sumber bahan agar sebelum penulisan, diperoleh informasi yang optimal

dan relevan. Segera setelah semua informasi dibaca, disortir, dan diseleksi, sebaiknya penulisan segera dilakukan. Oleh karena itu Rhenald Kasali memiliki lima strategi dalam merumuskan pesan penulisan, yakni:

a. Strategi informasi

Umumnya bersifat langsung menuju sasaran, mengungkapkan fakta. Digunakan bila *audience* menghendaki pengungkapan fakta secara langsung. Seperti peluncuran produk baru, kampanye consumer awareness, dan program-program pelayanan masyarakat.

b. Strategi Argumentasi

Strategi argumentasi mengasumsikan bahwa setidaknya ada dua sisi yang dapat muncul ke permukaan dari suatu isu. Pesan disampaikan umumnya bersifat persuasif dan diarahkan kepada *audience* yang sudah mengenal dan tertarik akan isu tersebut. Mereka diharapkan dapat mencerna informasi dengan wajar. Strategi ini memberi alasan-alasan dan logika kepada *audience* terutama terhadap mereka yang masih netral dan terbuka untuk argumentasi.

c. Strategi Citra (*Image*)

Strategi ini dipakai untuk mengembangkan dan sekaligus memelihara identitas yang kuat dan mudah diingat (terhadap orang, benda, merk, atau organisasi). Tujuannya adalah mengaitkan persepsi ke dalam suatu konsep atau symbol tunggal yang mewakili subjek pesan. Strategi citra yang berhasil adalah yang menghasilkan persepsi bahwa citra tersebut merupakan subjek, bukan

sekadar simbol. Teknik ini banyak dipakai pada kampanye politik dan kampanye produk yang berkonotasi.

d. Strategi Emosional

Strategi emosional umumnya dimaksudkan untuk membujuk. Dapat dipakai pada kampanye-kampanye di mana penerima pesan masih bersifat netral atau sudah mulai positif terhadap pengirim pesan dengan menggugah perasaan seseorang. Cara yang sering dipakai adalah memilih kata atau struktur kalimat yang sifatnya menggugah perasaan, seperti patriotisme, romantisme atau kadang-kadang juga, humor.

e. Strategi Menghibur (*entertainment*)

Strategi ini dimaksudkan untuk memberi informasi dan mendidik masyarakat, tetapi juga menghibur. Di dalam menulis iklan, strategi ini akan efektif bila digunakan dalam keadaan persaingan yang ketat dan lingkungan yang kusut.

Selain itu Rhenald Khasali juga menjelaskan bahwa pihak media tahun belakangan ini menghadapi kenyataan bahwa semakin banyak perusahaan yang mengirimkan press release. Oleh karena itu para editor media massa mempunyai kriteria dalam menerima dan menolak press release. Kasali menyebutkan berikut ini adalah hal-hal yang menjadi pertimbangan editor media massa untuk memuat naskah press release:

- a. Judul yang diangkat.

Pada prinsipnya pemberian judul harus menarik perhatian dan mewakili isi berita.

b. Kalimat pembuka

Kalimat pertama dalam tubuh press release sebaiknya memuat informasi tentang 5W+1H.

c. Akurasi

Editor umumnya tidak akan mudah percaya begitu saja pada isi berita yang disebarkan perusahaan. Editor melakukan pengecekan apakah isi tersebut memberikan data yang dapat dipercaya.

d. Bahasa

Editor surat kabar biasanya tidak melakukan banyak perubahan, karena waktunya sangat terbatas. Yang biasa dilakukan adalah pemotongan atas kalimat yang tidak efektif dan isi yang dirasa tidak perlu. Editor akan menolak berita yang ditulis dengan bahasa yang tidak memenuhi kaidah bahasa Indonesia yang benar.

e. Eksklusifitas

Jika *release* yang ditulis adalah eksklusif, maka beritahukanlah editor agar ia tahu bahwa berita itu benar-benar penting

f. Relevansi

Editor akan melihat apakah berita tersebut relevan dengan misi media dan kepentingan pembacanya.

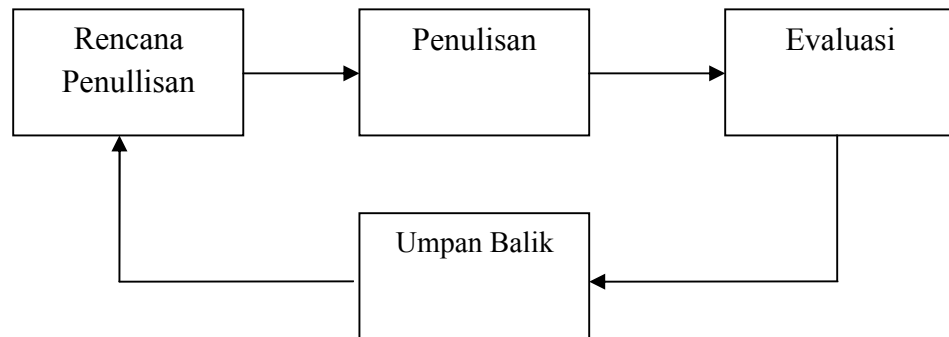
3. Evaluasi

Pada tahap evaluasi Rhenald Kasali menjelaskan bahwa hasil evaluasi sebaiknya dalam bentuk tertulis sehingga praktisi PR selalu dapat membuka kembali filenya di

kemudian hari. Hasil evaluasi akan selalu bermanfaat bagi penyusunan rencana berikutnya (2006: 168-169). Berikut ini adalah bagan hubungan antara rencana, penulisan dan evaluasi.

Bagan 1.1

Hubungan antara rencana penulisan, penulisan, dan evaluasi



Sumber: Rhenald Kasali, Manajemen Public Relations 2006: 169

Abdullah (2004: 84) mengatakan bahwa yang dinomorsatukan oleh wartawan atau redaktur dalam menilai sebuah peristiwa yang akan menjadi berita adalah nilai jual jurnalistiknya. Hal serupa diberlakukan pula kepada *release* yang masuk yang dikirimkan oleh lembaga humas, atau materi sebagai jumpa pers, juga kegiatan khusus (*special event*) hingga hasil wawancara dengan narasumber. Nilai berita tak akan ada artinya jika press release yang dikirimkan sudah melewati batas waktu atau kadaluarsa, oleh sebab itu pengiriman naskah *press release* kepada media menjadi penting untuk diperhatikan.

d. Mekanisme Pengiriman Press Release ke Media

Menilik keberadaan media massa yang semakin menempati posisi signifikan dalam keberadaan masyarakat Indonesia modern, makan *media relations* juga menempati posisi yang cukup signifikan. Oleh karena itu saat ini banyak institusi yang berlomba-lomba merebut

perhatian media. Untuk penulisan *press release* sendiri tentunya juga akan lebih di prioritaskan apabila sudah sejak sebelumnya dibina hubungan yang baik.

Selain itu tak hanya membina hubungan yang baik saja yang dapat dilakukan dengan media namun nilai berita pun juga harus diperhatikan, artinya jika *press release* yang dikirimkan sudah melewati batas waktu atau kadaluarsa maka kemungkinan besar media tidak akan memuat *release* yang dikirim, oleh sebab itu pengiriman naskah *press release* kepada media menjadi penting untuk diperhatikan. beberapa hal penting dalam menunjang pengiriman *press release* kepada media massa yang perlu diperhatikan menurut Abdullah (2000: 84) sebagai berikut:

- a) Kirimkan secepat mungkin. Artinya kegiatan berlangsung hari itu, maka kirimkan hari itu juga. Jangan menunda hingga esok harinya kecuali jika pelaksanaannya adalah malam hari.
- b) Jika pengirim siaran pers sudah mengenal nama wartawan sesuai bidangnya, maka tujukanlah pada wartawan yang dikenal.
- c) Pengiriman bisa pula melalui faksimili (atau *e-mail*)
- d) Jika melampirkan foto atau cetakan berwarna atau contoh produk, lebih baik melalui kurir.
- e) Konfirmasikan kembali melalui telepon, apakah siaran pers tadi sudah diterima atau belum.

Agar hubungan dengan media dapat terjalin dengan baik dan agar *press release* cepat sampai di meja redaksi menurut Yosali Iriantara perlu adanya langkah penyusunan daftar media. Daftar ini akan sangat membantu pekerjaan praktisi tatkala membutuhkan publikasi media

massa. Daftar ini bisa dibuat dalam bentuk konvensional yang menggunakan kertas dan pensil tapi bisa juga dibuat dalam daftar digital yang disimpan dalam *harddisk* komputer. Dari daftar media tersebut dapat disusun semacam format standar yang berisikan informasi-informasi dasar dan penting yang bisa digunakan untuk berhubungan dengan media massa tersebut. Format standar itu biasanya berisi informasi nama media, alamat lengkap, contact person, wilayah edar/cakupan, wartawan yang bisa dihubungi dan seterusnya (Iriantara Yosol, 2005: 160-161).

e. **Evaluasi Press Release**

Langkah akhir dari dalam proses manajemen PR meliputi penilaian persiapan, implementasi, dan hasil pelaksanaan program. Meskipun demikian, tidak berarti evaluasi aktivitas PR hanya dilakukan disetiap akhir implementasi program PR. Ada saat dimana evaluasi dilakukan sebelum program dijalankan atau saat program sedang dijalankan. Persoalannya adalah bagaimana praktisi PR melakukan proses evaluasi tersebut. Menurut Baskin dan Aronoff (dalam Prayudi, 2007: 153-154) proses evaluasi dapat dilakukan melalui tiga tahap:

- a. ***Implementation checking***. Pada tahapan ini adalah menentukan pada tingkat apa publik sasaran hendak diraih. Terlepas dari selengkap apapun proses perencanaan, penting untuk menentukan perbedaan antara implementasi yang direncanakan (*planned*) dan yang sesungguhnya (*actual*). Perubahan dari rencana awal harus dianalisis dan dijelaskan sehingga keputusan dapat diambil untuk mengubah rencana atau mengoreksi perbedaan.
- b. ***In-progress monitoring***. Secara periodeik selama pelaksanaan program, aksi yang dilakukan harus dinilai, jika perlu diubah.

Penilaian tersebut dapat direncanakan dalam interval tertentu untuk menentukan keefektifan program dalam pencapaian *objectives*. Hasil yang tidak terantisipasi dapat dinilai dan dimasukkan ke dalam evaluasi. Monitoring teratur dapat membantu menentukan mengapa hasil secara signifikan berbeda dari rencana awal, dan mencegah kejutan yang tidak diinginkan

- c. **Outcome evaluation.** Tahap akhir adalah menilai hasil akhir program. Hasil dan objectives dibandingkan untuk menentukan perubahan. Pada tahap tersebut, seluruh evaluasi menjadi penting untuk menjelaskan konteks di mana program diimplementasikan dan untuk menginterpretasikan hasil. Laporan evaluasi yang berisi informasi tersebut disampaikan alam pengambil keputusan yang tepat bersamaan dengan saran untuk perencanaan yang akan datang.

Pada tahapan evaluasi ini prayudi juga menjelaskan bahwa untuk melakukan evaluasi terhadap program-program PR, terdapat beragam metode yang dapat digunakan. Berikut beberapa jenis dimensi pengukuran yang dapat diaplikasikan untuk menilai dampak kampanye PR, yaitu:

1. **Data sekunder.** Data sekunder mengacu ke informasi yang diperoleh dari sumber lain dari penelitian primer. Contohnya seperti penelitian sosial yang dipublikasikan ke media atau dikeluarkan oleh lembaga penelitian.
2. **Studi kasus.** Studi kasus cukup mudah dikumpulkan dan dapat digunakan sebagai perbandingan pada model yang dapat diikuti.
3. **Tes kemampuan membaca (*Readability*)** walaupun kurang meyakinkan, tes kemampuan membaca biasanya memperkirakan

jumlah pendidikan yang dibutuhkan oleh pembaca untuk memahami teks dengan mudah.

4. **Media monitoring.** Metode ini merupakan yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi program PR. Biasanya, media tersebut berbentuk kliping koran, transkrip, atau rekaman siaran media elektronik. Data tersebut menunjukkan seberapa banyak peliputan yang berhasil dicapai.
5. **Analisis isi media.** Analisis ini memberikan pandangan berharga mengenai apa yang menjadi kecenderungan dari agenda publik di masa depan. Analisis ini bisa dikatakan sebagai metode yang paling sering digunakan setelah media monitoring.
6. **Advertising Value Equivalent (AVE).** peliputan editorial di media biasanya dievaluasi dengan menghitung kesamaan nilai iklan berdasarkan ruang dan waktu. Caranya adalah dengan mengalikan luas kolom peliputan di media cetak atau lamanya sebuah iklan ditayangkan di radio dan televisi dengan harga beriklan di masing-masing media massa.
7. **Focus group discussion.** Metode ini menerapkan diskusi dalam format tidak baku dan pengamatan sebagai sumbernya.
8. **Audience coverage.** Yang harus dilakukan pada metode ini yang pertama adalah, harus ada data akurat mengenai pesan apa saja yang dipersiapkan dan kemana pesan itu dikomunikasikan. Kedua, membuat sebuah sistem untuk memonitor pesan-pesan yang digunakan serta penggunaannya.
9. **Audience response.** Upaya mengukur respons dapat dilakukan di awal sebelum program dikomunikasikan melalui teknik sampling. Data yang dihasilkan dapat membantu memprediksi apakah pesan akan menghasilkan reaksi yang diinginkan atau tidak.

f. Penulisan Naskah Press Release

Salah satu kunci sukses berhubungan dengan media massa (cetak maupun elektronik) adalah sikap proaktif organisasi/perusahaan sebagai sumber berita untuk mengundang wartawan media massa. Ada banyak cara untuk berhubungan dengan media, yakni membuat press release, mengadakan konferensi pers, wawancara khusus, press tour, dll.

Menurut Prayudi (2007: 38) press release adalah sebuah naskah sederhana yang bertujuan menyebarkan informasi kepada publik melalui media massa. Dengan kata lain, press release merupakan suatu bentuk standar komunikasi organisasi dengan media.

Sedangkan press release menurut Rachmat kriyantono adalah produk tulisan yang paling banyak dibuat oleh praktisi PR, fungsinya sebagai wahana informasi tentang kegiatan PR yang dikirim ke media, dengan maksud agar informasi yang ada dalam press release dimuat dalam bentuk berita oleh media (2008: 131).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat diketahui bahwa press release memiliki beberapa kelebihan bila dibandingkan dengan cara-cara yang lain dalam berhubungan dengan media. Disamping karena cara penyebaran informasi yang paling mudah, pembuatan press release ini tidak membutuhkan banyak biaya. Akan tetapi agar press release dimuat di media dibutuhkan ketrampilan menulis untuk bisa membuatnya agar layak muat di media yang diinginkan.

Menurut Thomas Bivins (dalam Kriyatono, 2008: 140) terdapat tiga jenis press release berdasarkan topic (*key-issue*) yaitu:

1. Basic Publicity Release

Topic press release jenis ini adalah segala informasi yang dinilai mengandung nilai berita bagi media massa. Praktisi PR harus pandai

dalam “membuat berita”, contohnya dengan cara membuat *event-event* yang menarik.

2. *Produk Release*

Press release ini berisi informasi tentang produk perusahaan, misalnya peluncuran produk baru, perubahan nama produk, dan lainnya. Jenis *release* ini biasanya lebih terbatas pada media-media ekonomi bisnis.

3. *Financial Release*

Tidak semua perusahaan menganggap penting informasi jenis ini. Informasi keuangan biasanya dianggap tabu untuk menjadi konsumsi umum. Namun dewasa ini publik pun juga berhak disodori informasi keuangan. Informasi ini akan menjadi penilaian publik tentang kredibilitas perusahaan.

Selanjutnya agar *release* diterbitkan oleh media massa, praktisi PR perlu memperhatikan standarisasi format yang harus diperhatikan dalam penyusunan sebuah *press release*. Dengan penulisan yang sesuai standarisasi hal tersebut akan menjadi penilaian tersendiri bagi editor media massa, karena *release* yang baik akan memudahkan pekerjaan editor sehingga editor cenderung memilih *release* yang *ready to publish*. Berikut syarat penulisan *press release* yang sering dipakai sebagai standar penilaian oleh media menurut Onong Uchjana (2002: 161-162):

a. **Mengandung nilai berita (*news value*)**

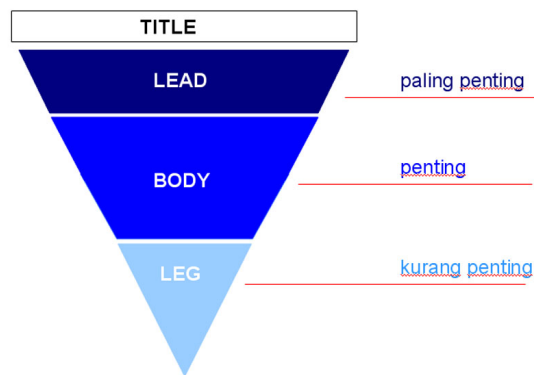
Herbert Baus mendefinisikan bahwa tugas publisitas dalam hal ini (press release) adalah memaparkan kisah. Kisah yang dimaksud disini adalah kisah yang mengandung nilai berita, kisah mengenai hal atau peristiwa yang menimbulkan rasa

aneh, kagum, heran, dan sebagainya, atau yang luar biasa atau pertama kali terjadi.

b. Faktanya termasa (*timely*)

Yang dimaksud dengan termasa atau *timely* adalah konteks pemberitaan dimana waktu terjadinya peristiwa pada sebuah instansi atau perusahaan masih relatif baru. Ketermasaan atau *timeliness* suatu berita surat kabar Indonesia terukur oleh waktu 24 jam. Jadi jika suatu peristiwa terjadi kemarin, dan dikirimkan dengan *press release* kepada media massa hari ini, termasuk berita termasa, akan tetapi berita tersebut akan menjadi kadaluarsa jika baru dilakukan pengiriman dua atau tiga hari setelah peristiwa bahkan ada kemungkinan naskah *press release* tidak dibaca apalagi dimuat oleh media karena beritanya sudah terjadi sejak beberapa hari yang lalu.

c. Disusun secara piramida terbalik (*inverted pyramid*)



Gambar 1.1 piramida terbalik

Piramida terbalik atau *inverted pyramid* merupakan istilah jurnalistik, yakni bahwa dalam penyusunan kisah berita didahulukan segi yang terpenting atau klimaks, yang disusul berturut-turut oleh bagian yang berkadar semakin rendah: penting, agak penting, kurang penting dan tidak penting.

Tidak penting disini bukan berita-berita yang disampaikan tidak mempunyai nilai berita, namun tidak penting disini adalah seandainya ruang waktu yang tersedia tidak memadai dan redaksi memotong berita itu, maka bagian yang tidak penting itulah yang akan dipotong, karena biasanya bagian tidak penting hanya berisi informasi yang memperkaya atau pelengkap informasi.

d. Mengandung unsur 5W+1H

Dalam dunia jurnalistik dikenal dengan rumus 5W+1H dimana rumus tersebut juga digunakan sebagai syarat penulisan press release. Rumus tersebut singkatan dari:

- 1) *What* (Apa) : Apa yang terjadi?
- 2) *Who* (Siapa) : Siapa yang terlibat?
- 3) *Where* (dimana) : Dimana terjadinya?
- 4) *When* (kapan) : Kapan terjadinya?
- 5) *Why* (kenapa) : kenapa terjadi demikian?
- 6) *How* (bagaimana) : bagaimana terjadinya?

e. Disusun dengan kata-kata lazim

Sasaran media massa adalah khalayak heterogen, beraneka dalam banyak hal jenis kelamin, usia, agama, bangsa dan suku bahasa, status sosial, pendidikan, kebudayaan, pandangan hidup, gaya hidup, hobi dan lain sebagainya. Oleh karena itu media massa dalam operasionalisasi kegiatannya tertuju kepada khalayak dengan pendidikan rata-rata, tidak terlalu tinggi, tetapi tidak juga terlalu rendah.

Sehubungan dengan itu, kisah berita hendaknya disusun dengan bahasa yang sederhana dengan kata-kata lazim, yang umum dikenal oleh masyarakat, yang dapat diserap sekilas

baca atau sekilas dengar. Istilah-istilah teknis dan ilmiah yang hanya dikenal oleh sekelompok orang harus dihindarkan. Apabila terpaksa karena akan menghilangkan makna kisah keseluruhan, maka istilah teknis atau ilmiah itu perlu di jelaskan.

Selain lima syarat di atas yang perlu dipenuhi dalam pengiriman press release, terdapat pula format penulisan press release menurut Elvinaro dan Soemirat (2008: 60) berdasarkan konvensi para praktisi PR yang tergabung dalam suatu asosiasi berikut:

- a. Tipe penulisan press release harus jelas, ditulis dikertas surat tanpa hiasan di pinggir kertasnya.
- b. Margin adalah satu untuk satu dan setengah inci untuk semua bagian.
- c. Alamat pengirim diletakkan di sudut kiri atas halaman pertama. Ditandai dengan block termasuk alamat lengkap, nama kontak person (orang yang bisa dihubungi) biasanya orang yang menulis *press release*, dan nomor telepon, nomor telepon *hotline* yang bisa di hubungi kapan saja (termasuk malam hari).
- d. Tanggal *release* tertera di margin kanan, sedikit kebawah dibandingkan margin bawah alamat yang diblik. Bagian ini memberi kepastian informasi bagi redaksi dan waktu yang tepat untuk pemuatannya.
- e. Penulisan judul ditulis dalam satu spasi dan digaris bawah.
- f. Tubuh atau uraian *press release* ditulis dalam dua spasi
- g. Jika lebih dari satu halaman, *press release* dibawah halaman dalam more diletakkan dalam kurung atau tanda garis pisah.

- h. Halaman-halaman berikutnya ditandai dengan slug-lina (kode) diikuti beberapa garis pemisah.
- i. Akhir dari suatu tulisan press release ditandai dengan beberapa cara misalnya membubuhkan kata “end” (tamat) atau angka “-30-“ atau simbol #####.

F. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, paradigma yang akan digunakan peneliti adalah paradigma konstruktivisme yaitu yang menyatakan realitas merupakan konstruksi sosial. Kebenaran suatu realitas bersifat relative, berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Paradigma konstruksionis (Eriyanto, 2009: 39) sering disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna.

2. Jenis dan Tipe Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut Arikunto (2002: 147) penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif komparatif adalah penelitian yang mempelajari fenomena yang terjadi pada dua objek atau lebih kemudian membandingkan fenomena-fenomena tersebut berdasarkan deskripsi data yang mendalam.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Polda DIY Jl. Lingkar Utara Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan selama dua bulan dengan jadwal yang telah direncanakan oleh peneliti, yaitu April 2012 sampai Mei 2012. Dengan demikian peneliti dapat mengumpulkan data lebih lengkap sesuai keperluan penelitian. Alasan peneliti lebih memilih peran humas Polda DIY adalah:

- a. Polda DIY merupakan institusi pemerintahan yang merupakan bagian dari Polri yang bertugas menegakkan hukum yang ada di Negara ini. Tetapi disisi lain opini publik terkait citra Polri yang saat ini tengah menurun maka sebagai aparat penegak hukum Polda DIY perlu adanya media relations yang baik.
- b. Media relations yang baik otomatis akan memudahkan Polda DIY dalam menyampaikan informasi kepada publik. Dengan teknik penulisan release yang baik sesuai standar jurnalistik akan menarik wartawan untuk menerbitkan release. Jadi diperlukan adanya manajemen press release yang baik terkait standar penulisan, kebijakan press release, media yang digunakan, proses penulisan hingga evaluasi release sehingga dapat diketahui mana yang harus ditinggalkan dan yang harus dipertahankan.

4. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti (Umar, 1998: 99). Dalam penelitian ini data primer didapat dari hasil wawancara langsung antara penulis dengan Kabid humas Polda DIY, Kaurpenum humas Polda DIY, dan Naskah Press Release periode Januari 2011-Desember 2011.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan diajukan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain (Umar, 1998: 100).

5. Metode Pemilihan Narasumber

Dalam menentukan narasumber tidak dikenal berapa jumlahnya, yang penting data memberikan informasi tentang hal tersebut sesuai dengan kapasitas narasumber. Adapun *key person* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Kabid Humas Polda DIY AKBP Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si
- b) Kaurpenum Humas Polda DIY AKP S Sumarsih

Alasan peneliti memilih narasumber diatas karena kedua narasumber tersebut dianggap mengetahui tema penelitian yang akan diteliti yaitu manajemen press release sehingga diharapkan peneliti dapat memperoleh data-data yan lebih lengkap dari kedua nara sumber di atas.

6. Metode Pengumpulan Data

Menurut Moleong dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif, pengumpulan data merupakan salah satu langkah yang tidak dapat dihindari dalam kegiatan penelitian, karena disinilah peneliti dapat mencari dan mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitiannya. Teknik pengumpulan data ini tentunya harus disesuaikan dengan jenis penelitian yang akan dilakukan agar mempermudah dalam pengumpulan data yang akhirnya akan mendapatkan data yang valid dan sesuai (moleong: 2007). Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara

Merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab dan dijelaskan sesuai kenyataannya.

- b. Observasi

Observasi adalah pengamatan atau pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala penelitian pada objek penelitian. Unsur-unsur yang tampak tersebut disebut data atau

informasi yang harus diamatai dan dicatat secara benar dan lengkap. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi atau pengamatan langsung di Polda DIY bagian humas, sehingga dapat melengkapi data-data yang belum diperoleh dari hasil wawancara.

c. Studi pustaka

- Buku-buku yang berhubungan dengan tema penelitian sebagai dasar teori
- Dokumen-dokumen yang berhubungan dengan keperluan penelitian di humas Polda DIY dalam penelitian ini dokumen yang dibutuhkan yang paling utama adalah naskah press release.

7. Metode Analisis Data

Analisis data menurut Patton (dalam Basrowi dan Suwandi, 2008: 194) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola kategori dan satuan uraian dasar, Patton membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberi arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data kualitatif, Menurut Milles & Huberman (dalam Satori dan Komariah, 2010: 39) tahapan proses analisis data dalam sebuah penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

- a. Tahapan pengumpulan data yaitu proses memasuki lingkungan penelitian dan melakukan pengumpulan data penelitian.
- b. Tahap reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan.

- c. Tahapan penyajian data yaitu penyajian informasi untuk memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
- d. Tahapan penarikan kesimpulan/ verifikasi yaitu penarikan kesimpulan dari data yang telah dianalisis.

No	Masalah/Variabel yang diteliti	Data yang dicari	Sumber pengambilan data	Instrument/ Alat pengumpulan data	Teknik analisis data	Hasil yang diharapkan
1.	Manajemen press release: <ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan penulisan Press Release • Mekanisme penulisan Press release • Cara penyampaian Press Release • Evaluasi dan proses penulisan Press Release 	<ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan penulisan Press Release • Mekanisme penulisan Press release • Cara penyampaian Press Release • Evaluasi dan proses penulisan Press Release 	<ul style="list-style-type: none"> • Kabid Humas Polda DIY • Kaurpenum Humas Polda DIY 	<ul style="list-style-type: none"> • Daftar pertanyaan • Wawancara mendalam deskriptif 	Deskriptif	Dapat mengetahui proses manajemen press release
2.	Produk press release: <ul style="list-style-type: none"> • Naskah Press Release 	Standar Penulisan Press Release Humas Polda DIY	Naskah Press Release tahun 2011 (35 naskah Press Release)	<ul style="list-style-type: none"> • Lembar pengamatan naskah Press Release • kategorisasi 	Analisis isi (35 naskah press Release)	Deskripsi standar penulisan sudah ideal/ belum ideal

Tabel 1.2 Metode Penelitian

Pada penelitian manajemen press release humas Polda DIY periode Januari 2011-Desember 2011 terdapat dua masalah/variable yang akan diteliti yang pertama yaitu proses manajemen *press release* humas polda DIY dan yang kedua adalah naskah *press release* humas Polda DIY pada

tahun 2011, kedua masalah/variable tersebut akan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif.

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data terkait manajemen *press release* humas Polda DIY diantaranya kebijakan *press release* humas Polda DIY, mekanisme penulisan *press release* humas Polda DIY, cara pengiriman *press release* humas Polda DIY ke media dan evaluasi *press release* serta proses penulisan *press release* humas Polda DIY.

Analisis deskriptif penelitian ini menggunakan jenis studi kasus. Studi kasus adalah suatu teknik penelitian kualitatif yang memanfaatkan sebanyak mungkin sumber data agar secara sistematis dapat menginvestigasi individu, kelompok, organisasi, dan peristiwa. Studi kasus digunakan untuk melacak peristiwa kontemporer. Studi kasus mendasarkan diri pada teknik-teknik observasi dan wawancara. Dalam banyak hal, teknik ini juga memberi peluang untuk penulis bergelut dengan berbagai macam bukti seperti dokumen, wawancara sistematis, observasi langsung dan penelitian survey (Yin, 1996: 18).

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Polda DIY

Pada tanggal 10 Juli 1948 dengan UU No 2 tahun 1948 yang ditetapkan di Yogyakarta, kepada Penilik Kepolisian merubah namanya dari Kepala Kepolisian Propinsi DIY menjadi Kepolisian Wilayah Yogyakarta. Pada saat itu Polisi Wilayah hanya terdapat bagian sebagai berikut:

1. Bagian Umum
2. Bagian Reserse Kriminal
3. Bagian Pengawas Aliran Masyarakat

Demikian juga dengan Polisi Sub Wilayah mempunyai bagian yang sama dengan polisi wilayah, dengan terbentuknya Jawatan Kepolisian Negara pada tanggal 17 Agustus 1950 pada polisi Sub Wilayah terdapat pos-pos polisi.

Disusul dengan order Kepala Kepolisian Negara tanggal 13 Mei 1951 No. 3/II/1951, pada kantor polisi wilayah bertambah bagian-bagiannya yaitu:

1. Bagian Umum
2. Bagian Pengawas Aliran Masyarakat
3. Bagian Reserse Kriminal
4. Bagian Keuangan
5. Bagian Perlengkapan

Sehubungan dengan keluarnya UU Pokok Pemerintahan Daerah No 1/1957 tentang pembentukan Daerah Swatantra, maka susunan Kepolisian daerah berubah. Kepolisian Wilayah Yogyakarta dirubah menjadi Distrik Kepolisian Yogyakarta, sedangkan Kepolisian Kecamatan dirubah menjadi Sektor Kepolisian.

Setelah itu Distrik Kepolisian Yogyakarta mengalami beberapa kali perubahan nama hingga menjadi Kepolisian D.I. Yogyakarta. Sampai dengan

usianya yang ke XIV, saat ini Polda DIY memiliki 1 Poltabes, 4 Polres, dan 80 Polsek yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi DIY. Dalam usianya yang ke XIV sekarang Polda DIY telah mengalami 13 kali pergantian Pemimpin/Kapolda.

B. Visi dan Misi Polda DIY

a) Visi

Menjadi polisi Daerah Istimewa Yogyakarta yang professional dan berperan dalam meujudkan Yogyakarta sebagai kota pendidikan dan tujuan wisata

b) Misi

1. Menegakkan hukum secara adil, bersih dan menghormati HAM
2. Memelihara keamanan di wilayah hukum Polda DIY dengan memperhatikan norma-norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.
3. Melindungi, mengayomi dan melayani masyarakat.
 - Mendorong meningkatkan kesadaran dan kepatuhan hukum masyarakat
 - Meniadakan rasa kekhawatiran pada orang tua yang menyekolahkan putra-putrinya di Yogyakarta.
4. Memelihara suku-suku dan kolektiva sosial kehidupan masyarakat di Yogyakarta

C. Logo Polda DIY



Gambar 2.1 Logo Polda DIY

a) Makna/arti gambar gambar gapura dan Sembilan anak gambar:

1. Polda DIY (berada dalam wilayah kerajaan mataram yang merupakan pusat seni yang adiluhung dari masa ke masa)
2. Jumlah sembilan anak tangga sama dengan untuk mencapai hasil tugas sebagai prajurit Bhayangkara harus lewat ujian-ujian (hindari nafsu angkara murka yang ada pada manusia bersih tidak tercela)
3. Yogyakarta merupakan daerah istimewa mempunyai latar belakang perjuangan sejarah kemerdekaan Republik Indonesia di masa revolusi dengan pantang menyerah ini merupakan cerminan dari perjuangan raja-raja mataram tempo dulu saat melawan Belanda.

b) Kelopak Bunga 5 Buah Warna Putih

1. Sabda Pandaita ratu sama dengan apa yang dipikirkan secara sempurna dan tidak akan berubah.
2. Berbudi Bawaleksana sama dengan tidak segan-segan memuji kepada yang berjasa serta menghukum kepada yang bersalah demi tegaknya kewibawaan.

D. Luas dan Batasan Wilayah Polda DIY

Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta berada di jl. Lingkar Utara Condong Catur Depok Sleman Yogyakarta. Adapun situasi wilayah hukum Polda DIY adalah dengan luas wilayah kurang lebih 3.185,80 Km^2 dan jumlah Kabupaten/ Kodya sebanyak 4 Kabupaten, 1 Kota Madya, 78 Kecamatan, dan 438 Kelurahan. Sedangkan batas wilayah Yogyakarta membentang dari:

- a. Utara : Berbatasan dengan Kabupaten Magelang
- b. Selatan : Berbatasan dengan Samudera Indonesia
- c. Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Klaten
- d. Barat : Berbatasan dengan Kabupaten Purworejo

E. Bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta

Bidang Hubungan Masyarakat adalah unsur pelaksana Polda yang berada dibawah pimpinan Kapolda. Humas Polda DIY bertugas menyelenggarakan fungsi hubungan masyarakat melalui pengelolaan dan penyampaian berita/informasi serta kerja sama/kemitraan dengan media massa dalam rangka pembentukan opini masyarakat yang positif terhadap pelaksanaan tugas Polri.

Selain itu sesuai dengan UU No. 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik, humas Polda DIY yang merupakan bagian dari tubuh Polri juga berkewajiban untuk memberikan layanan informasi baik secara berkala, serta merta maupun setiap saat kepada masyarakat ataupun badan hukum yang membutuhkan.

Sebagaimana surat telegram Kapolri No.Pol: STR/17/IV/2007 tanggal 30 April 2007, yang telah didistribusikan kepada Kasatker dan Kasatwil jajaran Polda DIY, dijelaskan bahwa pada dasarnya fungsi humas juga ditujukan oleh setiap anggota Polri dalam rangka membentuk opini positif di

masyarakat, untuk mencapai citra positif Polri guna terbentuknya kepercayaan masyarakat terhadap Polri (Trust Building) sehingga memperoleh dukungan dan partisipasi masyarakat terhadap Polri dalam pelayanan untuk menginformasikan kepada publik internal maupun eksternal. Bidang humas Polda DIY dipimpin oleh Kabid humas yang bertugas bertanggung jawab kepada Kapolda, dan dalam pelaksanaan tugas sehari-hari berada dibawah kendali Wakapolda.

Tugas pokok bidang humas Polda DIY berdasarkan KEP Polri No Pol. KEP/54/X/2002 tanggal 17 Oktober 2002 tentang organisasi dan tata kerja satuan organisasi Polri ditingkat kewilayahan adalah unsur pembantu pimpinan pelaksanaan staf Polda yang berada dibawah Kapolda DIY yang bertugas membina dalam batas kewenangan menyelenggarakan bimbingan masyarakat dan penerangan masyarakat dalam lingkungan Polda DIY dan jajarannya.

Tugas-tugas dalam bimbingan masyarakat adalah membantu kapolda DIY untuk melaksanakan bimbingan fungsi penerangan dalam lingkungan Polda DIY. Melaksanakan fungsi penerangan umum, menyelenggarakan fungsi penerangan Polri meliputi penerangan satuan, penerangan umum, produksi bahan penerangan, dokumentasi dan penelitian serta informasi dan internet yang dipusatkan di mapolda DIY:

1. Melaksanakan kegiatan penerangan pada kesatuan organisasi khususnya penerangan kesatuan jajaran Polda DIY
2. Melaksanaan penerangan umum dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat dan menciptakan opini publik yang positif terhadap citra Polri
3. Menyiapkan artikel untuk bahan penerbitan majalah Manggala Naya Wiwarottama (MNW) dalam rangka memberikan penerangan pada anggota Polri/PNS dan keluarga besar Polri

4. Melaksanakan dokumentasi semua kegiatan lingkungan Polda DIY, mengumpulkan, mengolah dan menyajikan data serta informasi dan memproduksi bahan-bahan/materi yang berhubungan dengan tugas-tugas operasional dan pembinaan maupun fungsi penerangan baik yang bersumber dari lingkup Polda DIY dan Mabes Polri maupun dari pemerintahan RI.

F. Visi dan Misi Humas Polda D.I. Yogyakarta

1. Visi

Humas Polri yang mampu menjadi penjuror untuk mendorong dan membangun kepercayaan masyarakat serta opini positif guna mewujudkan citra sesuai Visi Polri.

2. Misi

- a. Membangun kemampuan Public Relations anggota Polri di bidang pendidikan
- b. Membentuk iklim humas Polri yang mendukung (kebijakan, sistem, struktur, anggaran dll) dan menetapkan sistem standarisasi Humas Polri.
- c. Membangun sarana dan prasarana
- d. Membangun pola kerjasama dengan semua komponen masyarakat, khususnya pelaku komunikasi
- e. Menghimpun, mengolah dan mendistribusikan informasi secara merata, menyeluruh, cepat, tepat dan akurat melalui jaringan terbuka dan mudah dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membangun komunikasi dua arah.

3. Makna Lambang dan Tulisan Humas Polda D.I. Yogyakarta



Gambar 2.2 Logo Humas Polda DIY

1. **Lingkaran luar berwarna hitam obyektif, dipercaya, dan partisipasi berwarna putih, merupakan motto Humas Polri**
Kemampuan humas Polri dalam memberikan informasi secara obyektif agar dapat membentuk opini dan citra positif terhadap institusi Polri, guna membangun kepercayaan masyarakat dalam rangka mewujudkan dukungan partisipasi masyarakat dalam melaksanakan tugas Kepolisian sebagai pelindung, pengayom dan pelayan masyarakat.
2. **Lingkaran dalam berwarna merah putih**
 - a. Melambangkan bendera Negara Kesatuan Republik Indonesia
 - b. Dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara secara terus menerus mengadakan interaksi dengan lingkungan dan selalu waspada terhadap propaganda lawan untuk mewujudkan kesatuan wilayah, bangsa dan keamanan dalam menciptakan keutuhan NKRI
3. **Garis tengah berwarna hitam**
 - a. Melambangkan garis khatulistiwa dimana letak Negara Kesatuan Republik Indonesia
 - b. Indonesia sebagai negara kepulauan yang terletak diantara dua samudera dan dua benua.

4. Tiga buah bintang segi lima berwarna putih

- a. Melambangkan bintang segi lima menunjukkan kelima sila pancasila dan sebagai dasar NKRI
- b. Tiga bintang berwarna putih melambangkan humas Polri dalam melaksanakan tugas berpedoman kepada Tribata secara tulus dan ikhlas.

5. Tameng berwarna hitam

Melambangkan pengabdian humas Polri dalam memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat melalui informasi dan publikasi yang obyektif.

6. Tulisan Humas Polri berwarna kuning

Melambangkan keagungan fungsi humas Polri yang sangat diperlukan dalam memasyarakatkan kinerja Polri.

7. Obor berwarna putih

- a. Memberikan informasi dan penerangan secara cepat, benar tepat dan akurat.
- b. Memberikan informasi tentang tugas mulia Polri dalam memelihara Kamtibmas, penegakan hukum dengan melaksanakan perlindungan penayom serta pelayanan masyarakat.

8. Lidah api berwarna merah

Melambangkan bahwa “Catur Prasetya” dijadikan sebagai pedoman kerja dalam bidang kehumasan.

9. Lingkaran bola dunia berwarna biru laut

- a. Melambangkan era globalisasi yang diwarnai oleh transparansi, kebebasan, demokrasi, menghormati hak asasi manusia dan pemeliharaan.

- b. Dalam tugas dan peran humas Polri harus dapat member dan menetralsir informasi yang dapat mempengaruhi kehidupan berbangsa dan bernegara baik yang berskala internasional, regional maupun nasional khususnya yang menyangkut bidang keamanan dan budaya patuh hukum.

10. Enam sinar api berwarna kuning

- a. Melambangkan kegiatan fungsi humas Polri dalam rangka membentuk opini positif untuk menciptakan citra Polri yang baik.
- b. Membuat perencanaan kegiatan humas Polri dalam upaya mencapai tujuan organisasi
- c. Menyelenggarakan kerjasama dengan media massa dengan menginformasikan dan mengkomunikasikan keberhasilan kinerja Polri
- d. Menjalin kemitraan dengan instansi terkait, LSM, cendekiawan, Orpol, Ormas
- e. Memberikan informasi dan penerangan kepada personil Polri
- f. Menganalisa dan mengevaluasi informasi, berita media massa setya opini yang berkembang di masyarakat
- g. Mendokumentasikan kegiatan Polri baik kegiatan operasional maupun pembinaan dalam bentuk CD dan foto.

11. Satu obor berwarna putih, tujuh sinar obor berwarna orange, empat cincin obor berwarna hitam dan enam sinar obor berwarna kuning

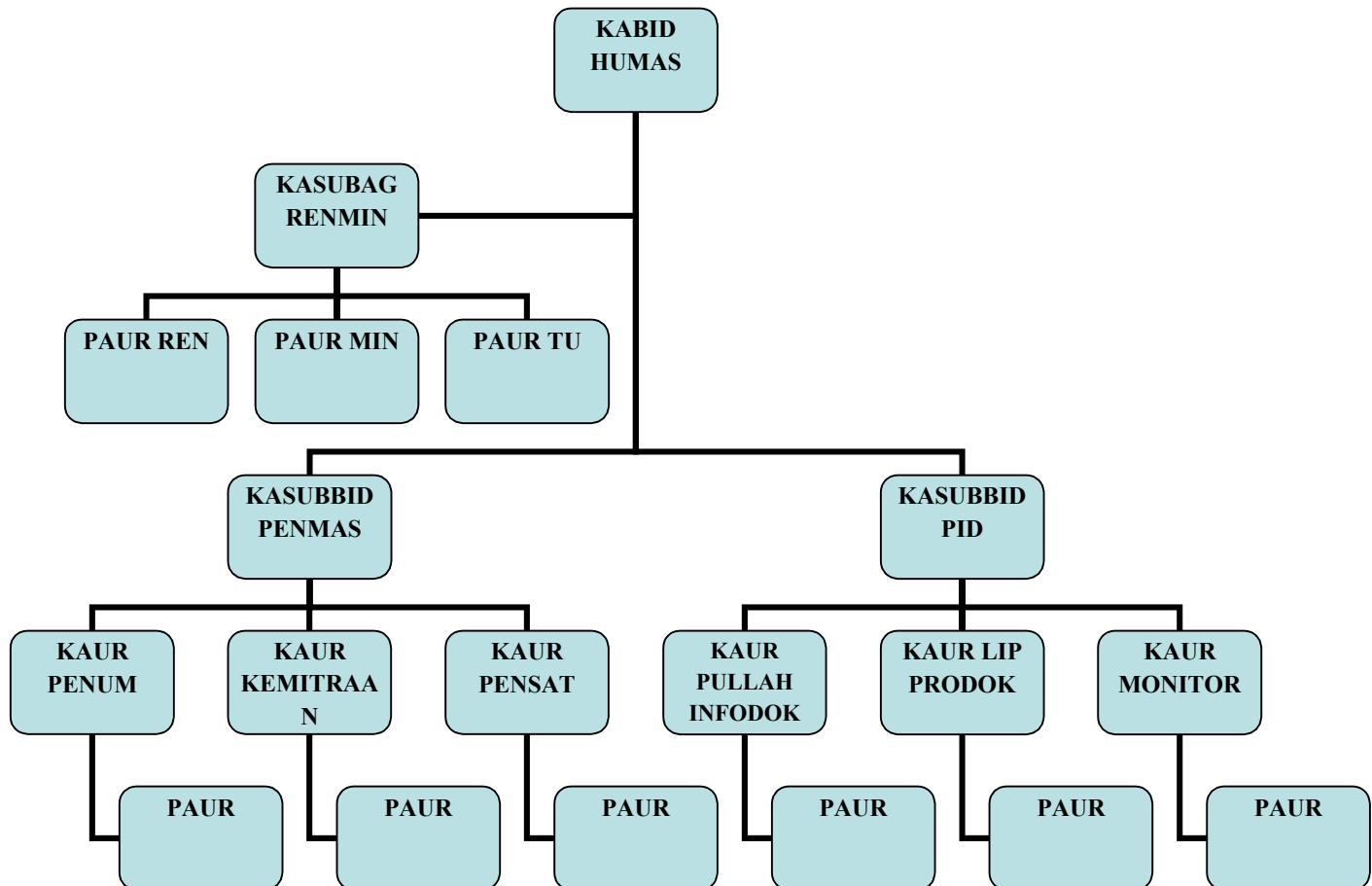
- a. Melambangkan hari Bhayangkara 1 Juli 1946
- b. Tiang obor dan nyala obor melambangkan disamping pemberian penyuluhan dan penerangan juga bermakna penyandaran hati nurani masyarakat agar selalu sadar dan patuh hukum guna menciptakan kondisi Kamtibmas yang baik.

4. Kualitas Personil

Dalam meningkatkan kualitas dan kemampuan personil bidang humas Polda DIY untuk memenuhi harapan pimpinan, diperlukan kemampuan personil yang professional dibidang tugasnya. Hal tersebut ditunjang dengan latar belakang pendidikan yang dipunyai oleh personil yang melaksanakan tugas pelayanan peliputan dan dokumentasi, baik yang diperoleh di pendidikan kejuruan di lemdiklat Polri maupun pendidikan latihan diluar lemdiklat Polri yang dimiliki oleh personil. Sehingga pada waktu melaksanakan tugas pelayanan peliputan dan dokumentasi, personil tersebut dapat menyesuaikan dan menggunakan atau mengaplikasikan ilmu yang diperoleh hasil peliputan dan dokumentasi sebagaimana yang diharapkan.

Sesuai dengan data yang diperoleh penulis di bidang humas Polda DIY berkaitan dengan jumlah personil di bidang humas Polda DIY mulai dari pangkat Pamen, Pama dan Bintara serta PNS dari golongan III dan golongan II. Sedangkan personil bidang humas Polda DIY yang telah mengikuti pendidikan kejuruan di bidang humas atau pendidikan semacam yang mendukung tugas bidang humas baru 6 orang sedangkan 15 orang belum pernah mengikuti pendidikan kejuruan dimaksud. Dengan demikian masih diperlukan kesempatan bagi personil bid humas Polda DIY untuk mengikuti pendidikan kejuruan atau semacamnya guna meningkatkan kemampuan personil.

5. Struktur Organisasi Bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta



Bagan 2.1 struktur organisasi humas Polda DIY

Sumber Data: Subbagrenmin bid humas Polda DIY tahun 2010

6. Job Description Bidang Humas Polda D.I. Yogyakarta

Bidhumas merupakan unsur pengawas dan pembantu pimpinan yang berada di bawah Kapolda. Bidhumas bertugas melaksanakan kegiatan hubungan masyarakat melalui pengelolaan dan penyampaian pemberitaan atau informasi dan dokumentasi serta kerja sama dan kemitraan dengan media massa. Untuk lebih rinci dibawah ini akan dijelaskan lebih rinci Job Discription bidang humas Polda DIY:

1. Kepala Bidang Humas (Kabid humas)

- a) Mengajukan pertimbangan dan saran kepada Kapolda, mengenai hal-hal yang berhubungan dengan bidang tugasnya
- b) Menetapkan rencana program kegiatan humas Polda serta mengawasi, mengendalikan pelaksanaan guna menjamin tercapainya sasaran secara berhasil dan berdaya guna
- c) Memimpin humas Polda guna menjamin terselenggaranya fungsi humas
- d) Membina disiplin tata tertib dan kesadaran hukum lingkungan humas Polda
- e) Mengadakan koordinasi dan membantu mengawasi serta memberikan pengarahan terhadap pelaksanaan fungsi humas Polda sesuai dengan kedudukan dan batas wewenang dan tanggung jawabnya.

2. Subbidang Perencanaan dan Administrasi (Subbagrenmin)

- a) Bertugas menyusun perencanaan program kerja dan anggaran manajemen sarpras, perspel, dan kinerja, pelayanan ketatausahaan dan urusan dalam serta membantu administrasi keuangan dilingkungan bidang humas Polda DIY.
- b) Dalam melaksanakan tugas subbagrenmin dibantu oleh:
 - a. **Urren (Urusan Rencana)**, Bertugas memberikan bantuan dalam menyusun Renstra, RKA KI, DIPA Penetapan Kinerja, KAK atau TOR serta bertugas memantau dan mengevaluasi program bidang humas di lingkungan Polda DIY.
 - b. **Urmin (Urusan Administrasi)**, bertugas menyelenggarakan kegiatan administrasi umum personel dan meteriil logistik

- c. **Urtu (Urusan Tata Usaha)**, bertugas menyelenggarakan kegiatan ketatausahaan dan urusan dalam

3. Subbidang Penerangan Masyarakat (Subbid Penmas)

- a) Bertugas menyelenggarakan penerangan umum dan penerangan satuan yang meliputi pengelolaan dan penyampaian informasi termasuk kerja sama dan kemitraan dengan media massa.
- b) Dalam melaksanakan tugas Subbid Penmas dibantu oleh:
 - a. **Urpenum (Urusan Penerangan umum)**, bertugas meningkatkan hubungan yang harmonis antara Polri dengan media massa baik cetak maupun elektronik dan masyarakat, mengadakan pembinaan terhadap wartawan kamtibmas unit Polri, serta bertugas meningkatkan pelayanan pemberian informasi kepada masyarakat tentang keberhasilan pelaksanaan tugas-tugas Polri melalui:
 - ✓ Press Release
 - ✓ Keterangan Pers
 - ✓ Jumpa Pers
 - ✓ Siaran melalui radio/televise (Talk Show)
 - b. **Urusan Penerangan Satuan (Urpensat)**, bertugas meningkatkan penyebaran kebijakan pimpinan sampai ke tingkat bawah dan ke Polsek, meningkatkan kegiatan Penerangan Satuan dalam mendukung kegiatan Operasional Kepolisian, meningkatkan mutu penerbitan majalah MNW (Manggala Naya Wiwarotama)
 - c. **Urusan Kemitraan (Urmitra)**, bertugas menyelenggarakan kerjasama dan kemitraan dengan media massa.

4. Subbidang Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi (Subbid PID)

- a) Bertugas melaksanakan pengumpulan dan pengelolaan data, serta penyajian informasi dan dokumentasi serta anev kegiatan tugas Bidhumas.
- b) Dalam melaksanakan tugas Subbid PID dibantu oleh:
 - a. **Urusan Pengumpulan dan Pengolahan Informasi dan Dokumentasi (Urpullahinfodok)**, bertugas menyelenggarakan pengumpulan dan pengolahan data, serta penyajian informasi dan dokumentasi
 - b. **Urusan Peliputan, Produksi, dan Dokumentasi (Urlipprodok)**, yang bertugas melaksanakan peliputan, produksi, dan dokumentasi. Contoh kegiatan Kesatuan termasuk Bhayangkari. Meningkatkan kerjasama media maupun pihak lain guna melengkapi dokumentasi. Mengatur dan mengolah serta melaksanakan pengarsipan dokumentasi foto.
 - c. **Urusan Monitoring (Urmonitor)**, bertugas menyelenggarakan monitoring, mencari dan menghimpun data kegiatan Polda DIY, menyelenggarakan counter berita melalui website Polda DIY, membuat laporan berita menonjol ke Kadiv Humas Polri.

BAB III

MANAJEMEN *PRESS RELEASE* HUMAS POLDA DIY

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang telah penulis lakukan. Penulis menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data kepada informan untuk membahas data yang telah peneliti peroleh dari lapangan, selain itu penulis juga melakukan observasi berupa meninjau kegiatan penulisan *press release* dan mengumpulkan naskah *Press Release* Polda DIY sepanjang tahun 2011. Pembahasan dari hasil penelitian ini sesuai dengan apa yang peneliti peroleh pada saat penelitian. Data yang dituliskan sesuai dengan hasil wawancara dari informan dengan pertanyaan penelitian, kemudian peneliti analisis. Untuk lebih jelasnya mengenai jadwal acara (waktu dan lokasi) wawancara yang telah peneliti lakukan, dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1

Jadwal Wawancara

No	Hari/ Tanggal	Waktu	Lokasi	Narasumber	Kegiatan
1.	Selasa, 15 Mei 2012	13.00 WIB	R. Kabid Humas Polda DIY	AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si	Wawancara
2.	Selasa, 15 Mei 2012	14.30 WIB	R. Humas Polda DIY	AKP S. Sumarsih	Wawancara

A. *Media Relations* Humas Polda DIY

Kegiatan *media relations* bagi humas Polda DIY adalah sarana untuk berhubungan dengan media guna menyampaikan setiap informasi yang tentunya membutuhkan adanya publikasi, salah satu tujuan humas Polda DIY menjalin hubungan dengan media adalah untuk meningkatkan hubungan baik dengan media. Kabid Humas Polda DIY menyatakan bahwa,

“Dalam mempertahankan citra ini tentunya kita harus menyampaikan kepada publik tentang informasi institusi maupun keberhasilan-keberhasilan yang dicapai polisi dalam hal penanganan kasus, ungkap

kasus, menciptakan situasi Kamtibmas yang kondusif kepada masyarakat, karena intinya masyarakat akan percaya kepada polisi, citra terangkat manakala masyarakat merasa nyaman. Sehingga untuk mempublikasikan ini tentunya kami harus merangkul media massa yang ada, karena itu satu-satunya caranya kami untuk menyampaikan informasi ke masyarakat luas” (Wawancara, 15 Mei 2012)

Selanjutnya berikut ini adalah beberapa kegiatan *media relations* yang sering dilakukan humas Polda DIY dalam menyampaikan informasinya kepada publik:

1. Konferensi Pers

Konferensi pers ialah suatu kegiatan humas Polda DIY untuk menyampaikan pernyataan atau informasi yang terkait dengan permasalahan aktual dengan menghadirkan media massa untuk dipublikasikan ke masyarakat luas.

Pelaksanaan:

- a) Pembukaan oleh pejabat humas
- b) Penyampaian pernyataan oleh pejabat humas
- c) Penyampaian pernyataan oleh narasumber/pejabat terkait
- d) Penyampaian pertanyaan oleh media massa (2-3 termin)
- e) Penyampaian jawaban oleh pejabat Humas/Narasumber
- f) Pada akhir konferensi pers, disampaikan ucapan terimakasih oleh pejabat humas
- g) Setelah dilaksanakan konferensi pers, tidak melayani lagi pertanyaan media massa.

2. Penulisan Press Release

Press release bagi humas Polda DIY adalah pernyataan atau informasi yang diberikan kepada media massa disampaikan dalam bentuk tertulis. Adapun persiapan yang dilakukan adalah mencari, mengumpulkan dan mengolah data yang akurat dari satuan yang menangani kemudian menyiapkan perangkat komputer dan printer.

3. Penerbitan media komunikasi eksternal

Media komunikasi eksternal ialah media yang digunakan sebagai alat/sarana komunikasi antara kepolisian dengan masyarakat. Persiapan yang dilakukan adalah melakukan kunjungan ke media, menginventarisir media yang simpati bagi kinerja Polri. Menginventarisir personil Polri yang biasa dan bisa membuat tulisan. Adapun tahapan penerbitan media komunikasi eksternal adalah:

- a) Melakukan nota kesepahaman antara kepolisian dan media
- b) Secara rutin memuat tulisan/ makalah pada media
- c) Secara rutin memuat kinerja kesatuan

4. Pembuatan *leaflet*, *booklet*

Penyampaian pesan atau informasi yang dilaksanakan oleh humas Polda DIY melalui media tulisan atau gambar yang berisi undang-undang, peraturan, kebijakan, petunjuk, perintah untuk diketahui, dipahami dan dilaksanakan oleh pembaca baik internal Polri maupun masyarakat. Persiapan yang dilakukan adalah mencari dan mengumpulkan berita yang akan disampaikan, kemudian mengilahkan materi untuk pembuatan *leaflet* dan *booklet*, setelah itu mengedit materi dan yang terakhir memilih dan membuat surat penunjukan kepada pihak ketiga yang akan memproduksi *leaflet* dan *booklet*.

B. Kebijakan Penulisan *Press Release* Humas Polda DIY

Press release merupakan salah satu kegiatan *media relations* yang dijalankan oleh humas Polda DIY. Pada dasarnya lembaran *press release* ini dimanfaatkan humas Polda DIY sebagai alat penyampaian informasi kepada publik melalui mediator yaitu media massa. Hal ini mengingat derasnya arus tuntutan masyarakat akan keterbukaan informasi (UU No.14/ 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik), maka Polda DIY selaku bagian dari tubuh

Polri berusaha memenuhi informasi yang dibutuhkan masyarakat melalui kegiatan penulisan *press release*.

Dalam kegiatan penulisan *release* terdapat kebijakan yang harus dipatuhi oleh setiap anggota divisi humas. Terkait kebijakan penulisan *press release* Kabid Humas Polda DIY AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si menjelaskan bahwa,

“kalau masalah kebijakan *press release*, humas Polda DIY sendiri secara spesifik tidak ada, kebijakan *press release* kami mengacu pada buku panduan dari Mabes Polri yang isinya tidak hanya membahas kebijakan *press release*, namun juga terdapat cara menulis hak jawab, hak koreksi, menganalisa berita dan lain sebagainya” (Wawancara, 15 Mei 2012)

Dari hasil wawancara dengan Kabid Humas Polda DIY penulis mendapat informasi baru, bahwa kebijakan penulisan *press release* Polda DIY ternyata mengacu pada buku panduan/pedoman yang diterbitkan Mabes Polri. Kemudian langkah selanjutnya adalah penulis mencari informasi tentang isi buku panduan dari Mabes Polri tersebut.


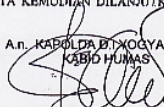
Dari Kaurpenum penulis mendapatkan data mengenai kebijakan penulisan *press release* yang diterbitkan oleh Mabes Polri, yang berjudul “Buku Pedoman Pelaksanaan Tugas Fungsi Humas di Jajaran Polri” sedangkan isinya yang terkait dengan kebijakan penulisan *press release* antara lain yaitu:

- a. Penggunaan bahasa biasa dalam *press release* (hindari menggunakan jargon, bahasa teknis dan bahasa yang membuat orang biasa harus berpikir keras untuk memahaminya atau yang dapat menimbulkan multi tafsir)
- b. Penggunaan karakter antara 500-600 (paling banyak 2 halaman)
- c. Tulis nama lengkap kesatuan (tidak disingkat, lengkapi dengan alamat serta nomor telepon kesatuan)
- d. Buat judul/head line siaran pers dalam bentuk frasa pendek (sekitar 5 kata) yang merangkum keseluruhan isi siaran pers

- e. Materi siaran pers harus menjawab enam pertanyaan kunci yaitu:
 - 1. Apa
 - 2. Kapan
 - 3. Dimana
 - 4. Siapa (pelapor, saksi/korban, tersangka)
 - 5. Bagaimana (modus operandi)
 - 6. Mengapa (latar belakang atau motif)
- f. Pada alinea pertama memuat pembukaan tentang peristiwa
- g. Pada alinea kedua dan selanjutnya memuat isi tentang peristiwa
- h. Pada alinea akhir memuat penutup tentang peristiwa

Namun dari kebijakan penulisan press release yang ada di atas, tidak serta merta semua dari Mabes Polri di patuhi oleh humas Polda DIY, seperti aturan Mabes Polri *release* ditulis paling banyak 2 halaman, namun pada kenyataannya menurut hasil temuan penulis, terdapat beberapa *press release* yang lebih dari 2 halaman, kemudian terdapat beberapa naskah juga dimana dalam pembuatan judul lebih dari 5 kata.

dari ke 35 Naskah press release yang ada berikut ini adalah dua buah *press release* yang penulis ambil sebagai salah satu contoh naskah *press release* yang dibuat oleh humas Polda DIY pada tanggal 15 April 2011 dan tanggal 17 November 2011:

	<p style="text-align: center;">PERS RELEASE NO.POL : PR / 14 / IV / 2011 / BIDHUMAS TANGGAL : 15 APRIL 2011</p>
<p style="text-align: center;">SERTIJAB DIRBINMAS, DIRRESKRIMUM DAN KAPOLRESTA YOGYAKARTA</p>	
<p>PADA HARI SABTU TANGGAL 16 APRIL 2011 PUKUL 07.30 WIB BERTEMPAT DI GEDUNG SERBA GUNA POLDA DIY DILAKSANAKAN SERAH TERIMA JABATAN DIRBINMAS, DIRRESKRIMUM DAN KAPOLRESTA YOGYAKARTA SERTA PELANTIKAN DIRRESKRIMSUS, DIRPAMOVIB DAN DIRPOLAIR. SEBAAGAI IRUP DALAM UPACARA SERTIJAB ADALAAH KAPOLDA DIY BRIGJEN POL DRS. ONDANG EUTARSA BS. DAN DIHADIRI PARA PEJABAT UTAMA POLDA DIY, PARA KASATWIL JAJARAN POLDA DIY, PARA PAMEN DAN PAMA POLDA DIY, PENGURUS BHAYANGKARI DAERAH YOGYAKARTA SERTA PERWAKILAN ANGGOTA SATKER POLDA DIY.</p> <p>DALAM SAMBUTANNYA KAPOLDA DIY MENYAMPAIKAN BAHWA MUTASI JABATAN DI LINGKUNGAN POLRI MERUPAKAN HAL YANG BIASA, KARENA MERUPAKAN RANGKAIAN PROSES PENGELOLAAN ORGANISASI POLRI YANG BERTUJUAN SEBAGAI REGENERASI ATAUPUN UPAYA UNTUK MEMELIHARA EKISTENSI DALAM PELAKSANAAN TUGAS SERTA MERUPAKAN PEMBINAAN TERHADAP PERSONEL DALAM JENJANG KARIERNYA.</p> <p>KAPOLDA SEBAGAI PIMPINAN MENGUCAPKAN TERIMA KASIH KEPADA PEJABAT LAMA YANG TELAH MENUNJUKAN PENGABDIAN DAN LOYALITAS YANG TINGGI SERTA TELAH MELAKSANAKAN TUGAS DENGAN BAIK, SEHINGGA PELAKSANAAN TUGAS DI SELURUH JAJARAN POLDA DIY DAPAT BERJALAN DENGAN LANCAR, DAN MENGUCAPKAN SELAMAT MELAKSANAKAN TUGAS YANG BARU SEMOGA SUKSES SERTA MEMPEROLEH JENJANG KARIER YANG SEMAKIN BAIK.</p> <p>TAK LUPA JUGA MENGUCAPKAN TERIMA KASIH KEPADA PARA PENGURUS BHAYANGKARI YANG SAAT INI MELAKSANAKAN SERTIJAB DAN TELAH BERPERAN AKTIF MENDAMPINGI SUAMI DALAM MELAKSANAKAN TUGAS.</p> <p>KEPADA PEJABAT BARU KAPOLDA MENYAMPAIKAN UCAPAN SELAMAT AATAS KEPERCAYAAN PIMPINAN POLRI YANG TELAH DIBERIKAN SERTA DIHADAPAN SAUDARA TELAH TERHAMPAR TANTANGAN TUGAS YANG TIDAK RINGAN, TUNJUKKAN PRESTASI KERJA SECARA OPTIMAL SEHINGGA DAPAT MENERUSKAN UPAYA-UPAYA YANG TELAH DILAKUKAN OLEH PEJABAT SEBELUMNYA DAN MEMPEDOMANI KEBIJAKAN KAPOLDA DIY MELALUI PROGRAM PELAYANAN SECARA SIMPATIK SAMPAI KOMUNITAS TERKECIL YANG DIDUKUNG KUALITAS PELAYANAN INTERNAL YANG BAIK.</p> <p>TINGKATKAN KINERJA ORGANISASI MELALUI PEMBERIAN PERLINDUNGAN, PENGAYOMAN DAN PELAYANAN MASYARAKAT PADA SEMUA ASPEK MAJERIAL BAIK HARD DIMENSION BERUPA DISKRESI KEPOLISIAN, SISTIM, TAKTIK, TEKNIS, PERALATAN, PERSONIL DAN SETANDAR PERILAKU, SERTA SOFT DEMENSION BERUPA PARADIGMA, NILAI-NILAI MINDSET DAN CULTUR SET GUNA MEMBERIKAN KEPuasan DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT YOGYAKARTA YANG LEBIH BAIK.</p> <p>ADAPUN PEJABAT YANG MELAKSANAKAN SERTIJAB ADALAH DIRRESKRIMUM KOMBES POL DRS. NAPOLEON BONA PARTE, M.SI DIGANTIKAN OLEH KOMBES POL DRS. KRIS ERLANGGA AJI WIDJAYA, DIRBINMAS KOMBES POL DRS. SUTARNO DIGANTIKAN OLEH KOMBES POL DRS. HARJADI WIBOWO, KAPOLRESTA YOGYAKARTA DRS. ATANG HERADI DIGANTIKAN OLEH AKBP M. MUSTAQIM,SIK.</p> <p>SEDANGKAN PEJABAT YANG DILANTIK ADALAH KOMBES POL DRS. SUSWANTO JOKO LELONO SEBAGAI DIRRESKRIMSUS, KOMBES POL DRS. AGUS DWI SAPUTRO SEBAGAI DIRPAMOBVIT, DAN AKBP BUDHARYANTO B.S SEBAGAI DIRPOLAIR.</p> <p>USAI SERTIJAB DAN PELANTIKAN PARA PEJABAT UTAMA POLDA DIY TERSEBUT DILANJUTKAN DENGAN SERTIJAB PENGURUS BHAYANGKARI DI POLRESTA YOGYAKARTA KEMUDIAN DILANJUTKAN DENGAN ACARA PISAH SAMBUT DI GEDUNG SERBA GUNA POLDA DIY.</p> <p style="text-align: right;">A.n. KAPOLDA B.I. YOGYAKARTA KABID HUMANAS  HJ. ANNY PUDJIASTUTI, S.Sos. M.Si AKBP NRP 56110252</p>	

Gambar 3.1 Naskah Press Release 15 April 2011

Sedangkan berikut ini adalah hasil naskah pres release humas Polda DIY tentang sertijab yang di adakan pada tanggal 15 April 2011 dan di terbitkan oleh media cetak Berita Nasioanl pada tanggal 17 April 2011.

POLDA DI YOGYAKARTA		KLIPING MEDIA CETAK															
TANGGAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
KOLOM	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV	XV		
HALAMAN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
MASALAH	POLITIK		POLRI		HUKUM		HANKAM		KRIMINAL		LLANTAS						
SUMBER	KEDAULATAN RAKYAT				BERNASAB		RADAR JOGJA		MERAPI		METEOR						
	SEPUTAR INDONESIA				HARIAN JOGJA		KOMPAS		BULAN		IV TAHUN 2011						

Mutasi sebagai Hal Biasa

DEPOK— Mutasi jabatan di lingkungan Polri merupakan hal yang biasa terjadi. Hal ini merupakan proses pengelolaan organisasi Polri sebagai regenerasi atau upaya untuk memelihara eksistensi dalam pelaksanaan tugas. "Mutasi merupakan pembinaan terpadu personel dalam jenjang kariernya sehingga pelaksanaan tugas di seluruh jajaran dapat berjalan lancar," kata Kapolda DIY Brigjen Ondang Sutarsa dalam sambutan serah terima jabatan Dirbinmas, Dirreskrim dan Kapolresta Yogyakarta di Mapolda DIY, Sabtu (16/4).

Menurut Kapolda, dalam menjalankan tugas barunya, pejabat sudah ditantang tugas yang tidak ringan. Sehingga harus dapat meneruskan upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pejabat-pejabat sebelumnya. Kapolda mengingatkan agar para pejabat baru dapat meningkatkan kinerja organisasi melalui pemberian perlindungan, peguyoman dan pelayanan masyarakat. Baik pada semua aspek manajerial berupa disiplin, kepolisan, sistem, taktik, teknis, peralatan, personel, dan standar perilaku.

Selain itu, memberikan kepuasan dan kepercayaan pada masyarakat yang lebih baik. "Berdasarkan pada kebijakan Polda DIY melalui program pelayanan secara simpatik sampai komunitas terkecil yang didukung kualitas pelayanan internal yang baik," katanya.

Pejabat yang melaksanakan serah terima jabatan adalah Dirreskrim Kombes Polisi Drs Napoleon Bonaparte digantikan oleh Kombes Polisi Kris Erlangga Aji Widjaya, Dirbinmas Kombes Polisi Sutarno digantikan Kombes Polisi Hariadi Wibowo dan Kapolresta Yogyakarta AKBP Atang Herndi digantikan oleh AKBP Mustaqim.

Sementara pejabat baru yang dilantik adalah Kombes Polisi Suswanto Joko Lelono sebagai Dirreskrim, Kombes Polisi Agus Dwi Saputro sebagai Dirpamobvit dan AKBP Suharyanto sebagai Dirpolair.

Ditemui usai melaksanakan serah terima jabatan Dirreskrim Polda DIY Kombes Polisi Kris Erlangga Aji Widjaya mengatakan akan meningkatkan keamanan di kalangan masyarakat. Saat ini, pihaknya akan segera melakukan koordinasi dengan jajarannya hingga ke bawah, agar kedepan bisa memberikan pelayanan yang baik pada masyarakat. (chb)

DISPOSISI

Gambar 3.2 Pemuatan Naskah Press Release 15 Mei 2011 di Media

Berikut ini adalah tabel perbandingan antara naskah press release 15 April 2011 dengan hasil naskah press release yang dimuat di media 15 April 2011.

Tabel 3.2 perbandingan naskah press release dengan pemuatan press release di media

No	Unsur	Naskah Press Release	Pemuatan P.Release di Media
			Media Cetak Bernas
1	Judul	Sertijab Dirbinmas, Dirreskrimun dan Kapolresta Yogyakarta	Mutasi Sebagai Hal Biasa
2	Lead	<ul style="list-style-type: none"> • hari sabtu 16 April 2011 Pkl.07.30 di gedung serba guna Polda DIY dilaksanakan serah terima jabatan Dirbinmas, Dirreskrimun, dan Kapolresta Yogyakarta serta pelantikan Dirreskrimsus, Dirpamovib, dan Dirpolair. • Kapolda DIY menyampaikan bahwa mutasi jabatan di lingkungan Polri merupakan hal biasa, karena merupakan rangkaian proses pengelolaan organisasi Polri yang bertujuan sebagai regenerasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mutasi jabatan merupakan proses pengelolaan organisasi Polri sebagai regenerasi atau upaya untuk memelihara eksistensi dalam pelaksanaan tugas. • “mutasi merupakan pembinaan terhadap personel dalam jenjang kariernya sehingga pelaksanaan tugas di seluruh jajaran dapat berjalan dengan lancer,” kata Kapolda DIY Brigjen Ondang Sutarsa dalam sambutan serah terima jabatan Dirbinmas, Dirreskrimun dan Kapolresta Yogyakarta di Mapolda DIY Sabtu (16/4).
3	Body Text	<ul style="list-style-type: none"> • Dan mempedomani kebijakan Kapolda DIY melalui program pelayanan secara simpatik sampai komunitas terkecil yang di dukung kualitas pelayanan internal terbaik. • Meningkatkan kinerja organisasi melalui pemberian perlindungan, pengayoman dan pelayanan masyarakat pada semua aspek manajerial baik hard dimension berupa diskresi kepolisian, sistim, tatik, teknis, peralatan, personil, dan standar perilaku. Serta soft dimension berupa paradigm, nilai-nilai mindset dan cultur set guna meberikan kepuasan dan kepercayaan masyarakat Yogyakarta lebih baik 	<ul style="list-style-type: none"> • Kapolda mengingatkan agar para pejabat baru dapat meningkatkan kinerja organisasi melalui pemberian perlindungan, pengayoman dan pelayanan masyarakat. Baik pada semua aspek manajerial berupa diskresi kepolisian, sistem, taktik,teknis, peralatan, personil, dan standar perilaku. • Selain itu, memberikan kepuasan dan kepercayaan pada masyarakat yang lebih baik. “berpedoman pada kebijakan Polda DIY melalui program pelayanan secara simpatik sampai komunitas terkecil yang didukung kualitas pelayanan internal yang baik,” katanya.

4	Ekor	<ul style="list-style-type: none"> • pejabat yang dilantik adalah Kombes Pol Drs. Suswanto Joko Lelono sebagai Dirreskrimus, Kombes Pol Drs. Agus Dwi Saputro sebagai Dirpramobvit, dan AKBP Suharyanto B.S sebagai Dirpolair • Usai sertijab dan pelantikan pejabat utama Polda DIY dilanjutkan dengan sertijab pengurus Bhayangkari di Polresta Yogyakarta kemudian dilanjutkn dengan acara pisah sambut di gedung serba guna Polda DIY. 	<ul style="list-style-type: none"> • pejabat baru yang dilantik adalah Kombes Pol Suswanto Joko Lelono sebagai Dirreskrimus, Kombes Pol Agus Dwi Saputro sebagai Dirpramobvit, dan AKBP Suharyanto sebagai Dirpolair. • Ditemui usai melaksanakan serah terima jabatan Dirreskrim Polda DIY Kombes Polisi Kris Erlangga Widjaya mengatakan akan meningkatkan keamanan di kalangan masyarakat. Saat ini pihaknya akan segera melakukan koordinasi dengan jajarannya hingga ke bawah, agar kedepan bisa memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat.
---	-------------	--	---

Sedangkan dibawah ini adalah contoh kedua dari penulisan naskah press release Polda DIY pada tanggal 14 November 2011 yang berisi informasi tentang HUT ke-66 Korps Brimob Polda DIY, dimana dari naskah press release ini dikirim ke media massa, dan salah satunya dimuat di media online yaitu JogjaTV online.

62

DI YOGYAKARTA

KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT

PRESS RELEASE

NOMOR : PR/ 53 / XI / 2011 / BID HUMAS
TANGGAL : 14 NOVEMBER 2011

HUT KE – 66 KORPS BRIMOB POLDA DIY

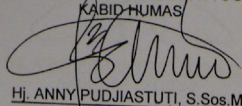
BRIMOB DARI SEJAK AWAL BERDIRINYA MEMILIKI WARISAN HISTORIS YANG BERPERAN BESAR DIDALAM MEMPERTAHANKAN KEMERDEKAAN INDONESIA KHUSUSNYA DALAM MEMERANGI SEGALA BENTUK INSURGensi DAN PEMBERONTAKAN.

PADA HARI SENIN TANGGAL 14 NOVEMBER 2011 PUKUL 08.00 WIB BERTEMPAT DI MAKO BRIMOB BACIRO DILAKSANAKAN UPACARA PERINGATAN HUT BRIGADE MOBIL KE-66. UPACARA DIKUTI OLEH PASUKAN BRIMOB BACIRO & GONDOWULUNG SERTA DIHADIRI OLEH PARA PEJABAT UTAMA POLDA DIY, PARA KAPOLRES/ TA JAJARAN POLDA DIY, PARA PENGURUS BHAYANGKARI DAERAH YOGYAKARTA, MUSPIKA GONDOKUSUMAN, PURNAWIRAWAN POLRI, PEJABAT TNI AD, AL, AU DAN MITRA KERJA PERBANKAN.

SEBAGAI KETUA PANITIA HUT BRIMOB POLDA DIY KE-66 ADALAH DAN DEN A PELOPOR AKBP ANDREAS S.SIK. KAPOLDA DIY BRIGJEN POL DRs. TJUK BASUKI.M.SI SEBAGAI IRUP MEMBACAOKAN SAMBUTAN KAPOLRI ANTARA LAIN KEBERADAAN KORP BRIMOB MEMILIKI ANDIL YANG SANGAT BESAR DALAM MENGIRINGI LANGKAH PERJUANGAN BANGSA INDONESIA SEKALIGUS UNTUK MENGHORMATI JASA-JASA ANGGOTA POLISI ISTIMEWA DIRUBAH MENJADI MOBILE BRIGADE YANG GUGUR DALAM PERJUANGAN MAKA DISEPAKATI TANGGAL 14 NOVEMBER DIJADIKAN SEBAGAI HARI LAHIR BRIGADE MOBIL. LEBIH LANJUT KAPOLDA DIY MENGATAKAN BAHWA KIPRAH JAJARAN KORPS BRIMOB POLRI TERUS BERLANJUT SEIRING DENGAN PERJALANAN POLRI MELALUI PERAN AKTIFNYA DALAM MENGHADAPI BERBAGAI JENIS GANGGUAN KAMTIBMAS YANG MERESAHKAN MASYARAKAT. BERBAGAI KENDALA DAN KETERBATASAN YANG ADA DAPAT DIATASI DENGAN DEDIKASI, DAN SEMANGAT JUANG YANG TINGGI UNTUK SELALU MEMBERIKAN PENGABDIAN YANG TERBAIK, SEHINGGA MAMPU MENAMPILKAN PRESTASI YANG MEMBANGGAKAN.

TEMA HUT BRIMOB KALI INI ADALAH "DENGAN REVITALISASI POSTUR BRIMOB DAN PEMANTAPAN HUBUNGAN KEMITRAAN, KORPS BRIMOB POLRI SIAP MEMBERIKAN PELAYANAN PRIMA". TEMA TERSEBUT MENCERMINKAN NIAT SERTA TEKAD YANG BULAT DARI JAJARAN KORPS BRIMOB POLRI UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAKSANAAN TUGASNYA MELALUI LANGKAH – LANGKAH PERBAIKAN DALAM RANGKA MEWUJUDKAN PELAYANAN PRIMA GUNA MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT. MOTTO BRIMOB "JIWA DAN RAGAKU DEMI KEMANUSIAAN". USAI UPACARA DILANJUTKAN ACARA SYUKURAN DENGAN PEMOTONGAN TUMPENG OLEH KAPOLDA DIY DIBERIKAN KEPADA PA BRIMOB TERMUDA IPDA TRI AMBAR SETYO B. GIAT UPACARA DAN SYUKURAN DAPAT BERJALAN DENGAN LANCAR DAN TERTIB.

a.n. KEPALA KEPOLISIAN DAERAH D.I YOGYAKARTA
KABID HUMAS


HJ. ANNY PUDJIASTUTI, S.Sos.M.Si
AKBP NRP 58110252

Gambar 3.3 Naskah Press Release 17 November 2011

Selanjutnya dibawah ini adalah foto yang crop oleh penulis, yaitu berita tentang upacara HUT ke 66 Brimob, dimana berita ini dimuat JogjaTV online dan hasil dari pengiriman naskah press release yang ditulis oleh humas Polda DIY pada tanggal 17 November 2011.

www.jogjatv.tv/berita/14/11/2011/upacara-hut-ke-66-brimob

Home | Profil | Off Air | Portal Berita | Gallery | Press Release | Karir | Kontak

Good Morning Jogja Pawartos Ngayogyakarta Seputar Jogja

Pemantau Garis Gawang Dan Penggunaan Jilbab 19 Tahun Pantai Wediombo Gunung Kidul Tak Tersentuh Pembangunan

Berita

Berita Lainnya

- Hut 1 Tahun Klinik Hemodialisis Pmi Diy
- Arena Judi Digrebeg Polisi
- Wisata Penuh Sensasi Dengan Ngetrail
- Urin Ettawa Jadi Pupuk Organik
- Jelajah Wisata Alam
- Instalasi Biogas Di Boyong, Pakem
- Alat Kontrasepsi Berserakan Di Pantai Glagah
- Terapi Herbal Kurang Diminati Untuk Pengobatan Kanker
- Xi Luncurkan Program Xensasi Ramadhan
- Warga Jangkang Kidul Blokir Jalan Desa
- Vocalista Angel Berangkat Ke Ohio, As
- Umy Tuan Rumah Pimnas Xcv
- Terbakar Cemburu, 3 Pemuda

Upacara Hut Ke 66 Brimob

14 November 2011 20:17 WIB

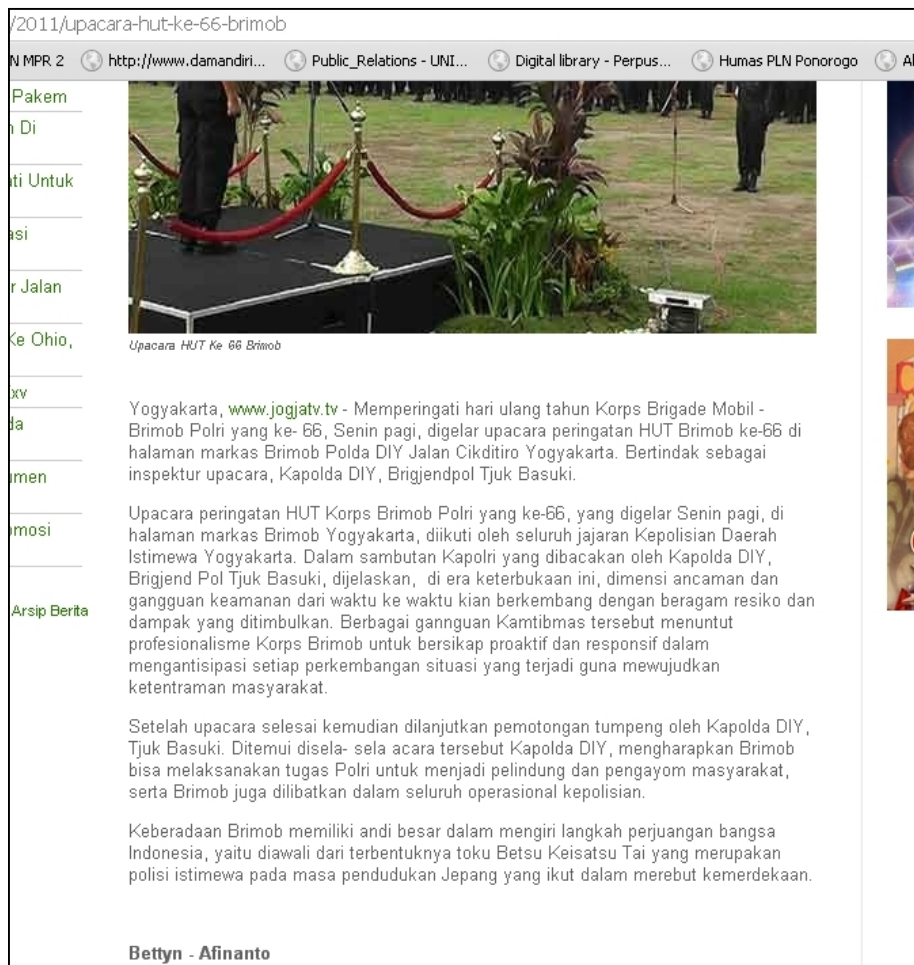
Upacara HUT Ke 66 Brimob

Yogyakarta, www.jogjatv.tv - Memperingati hari ulang tahun Korps Brigade Mobil - Brimob Polri yang ke- 66, Senin pagi, digelar upacara peringatan HUT Brimob ke-66 di

Jadwal Hari Ini

07.30	Pawartos Enjing
13.00	Travelling
21.30	Solusi
Selengkapnya...	

Gambar 3.4 Pemuatan Naskah *Press Release* 14 November di Media Online



Upacara HUT Ke 66 Brimob

Yogyakarta, www.jogjatv.tv - Memperingati hari ulang tahun Korps Brigade Mobil - Brimob Polri yang ke-66, Senin pagi, digelar upacara peringatan HUT Brimob ke-66 di halaman markas Brimob Polda DIY Jalan Cikditiro Yogyakarta. Bertindak sebagai inspektur upacara, Kapolda DIY, Brigjendpol Tjuk Basuki.

Upacara peringatan HUT Korps Brimob Polri yang ke-66, yang digelar Senin pagi, di halaman markas Brimob Yogyakarta, diikuti oleh seluruh jajaran Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam sambutan Kapolri yang dibacakan oleh Kapolda DIY, Brigjend Pol Tjuk Basuki, dijelaskan, di era keterbukaan ini, dimensi ancaman dan gangguan keamanan dari waktu ke waktu kian berkembang dengan beragam resiko dan dampak yang ditimbulkan. Berbagai gangguan Kamtibmas tersebut menuntut profesionalisme Korps Brimob untuk bersikap proaktif dan responsif dalam mengantisipasi setiap perkembangan situasi yang terjadi guna mewujudkan ketentraman masyarakat.

Setelah upacara selesai kemudian dilanjutkan pemotongan tumpeng oleh Kapolda DIY, Tjuk Basuki. Ditemui disela-sela acara tersebut Kapolda DIY, mengharapkan Brimob bisa melaksanakan tugas Polri untuk menjadi pelindung dan pengayom masyarakat, serta Brimob juga dilibatkan dalam seluruh operasional kepolisian.

Keberadaan Brimob memiliki andi besar dalam mengiri langkah perjuangan bangsa Indonesia, yaitu diawali dari terbentuknya toku Betsu Keisatsu Tai yang merupakan polisi istimewa pada masa pendudukan Jepang yang ikut dalam merebut kemerdekaan.

Betty - Afinanto

Gambar 3.5 Pemuatan Naskah *Press Release* 14 November di Media Online

Selanjutnya dibawah ini adalah rincian yang dibuat oleh penulis berdasarkan judul, lead, tubuh dan ekor yang dibandingkan dengan naskah yang dikirim oleh Humas Polda DIY dengan hasil berita yang dimuat oleh media berdasarkan hasil kiriman naskah Humas Polda DIY.

Tabel 3.3 perbandingan naskah *press release* dengan pemuatan *press release* di media

No	Unsur	Naskah <i>Press Release</i>	Pemuatan <i>P.Release</i> di Media
			Media Online Jogja TV Online 14 November 2011 20:17 WIB
1	Judul	HUT Ke-66 Korps Brimob Polda DIY	Upacara HUT Brimob Ke-66
2	Lead	• Brimob dari sejak awal	• memperingati hari ulang tahun Korps

		<p>berdirinya memiliki warisan historis yang berperan besar di dalam mempertahankan kemerdekaan Indonesia khususnya dalam memerangi segala bentuk insurgensi dan pemberontakan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pada hari senin tanggal 14 November 2011 pukul 08.00 WIB bertempat di Mako Brimob Baciro dilaksanakan Upacara peringatan HUT Brigade Mobil ke-66. • Upacara di ikuti oleh pejabat utama Polda DIY, Para Kapolres/Ta Jajaran Polda DIY, para pengurus Bhayangkari daerah Yogyakarta, muspika Gondokusuman, purnawirawan Polri, pejabat TNI AL,AU,AD dan mitra kerja Perbankan. 	<p>Brigade Mobil-Brimob Polri yang ke-66, Senin pagi digelar upacara peringatan HUT Brimob ke-66 di halaman markas Brimob Polda DIY jalan Cikditiro Yogyakarta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bertindak sebagai inspektur upacara, Kapolda DIY, Brigjendpol Tjuk Basuki
3	Body Text	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai ketua panita HUT Brimob Polda DIY ke-66 adalah Dan Den A Pelopor AKBP Andreas S.SIK. Kapolda DIY Brigjen Pol Drs. Tjuk Basuki, Msi. Sebagai Irup (Inspektur Upacara) membacakan sambutan Kapolri • Antara lain Korps Brimob memiliki andil besar dalam mengiringi langkah perjuangan bangsa Indonesia. • Lebih lanjut Kapolda DIY mengatakan bahwa kiprah jajaran Korps Brimob Polri terus berlanjut seiring dengan perjalanan Polri melalui peran aktifnya dalam menghadapi berbagai jenis gangguan Kabtibmas yang meresahkan masyarakat. • Berbagai kendala dan keterbatasan yang ada dapat diatasi dengan dedikasi dan semangat juang yang tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> • Upacara peringatan HUT Korps Brimob Polri yang ke-66, yang digelar senin pagi, di halaman markas Brimob Yogyakarta, diikuti oleh seluruh jajaran Kepolisian DIY. • Dalam sambutan Kapolri yang dibacakan oleh Kapolda DIY, Brigjen Pol Tjuk Basuki, dijelaskan, di era keterbukaan ini, dimensi ancaman dan gangguan keamanan dari waktu ke waktu kian berkembang dengan beragam resiko dan dampak yang ditimbulkan. • Berbagai gangguan kabtibmas tersebut menurut profesionalisme Korps Brimob untuk bersikan selektif proaktif dan responsive dalam mengantisipasi setiap perkembangan situasi yang terjadi guna mewujudkan ketentraman masyarakat.

		untuk selalu memberikan pengabdian terbaik, sehingga mampu menampilkan prestasi yang membanggakan.	
4	Ekor	<ul style="list-style-type: none"> • Tema HUT Brimob Kali Ini Adalah “Dengan Revitalisasi Postur Brimob dan Pemantapan Hubungan Kemitraan, Korps Brimob Polri Siap Memberikan Pelayanan Prima” • Usai upacara dilanjutkan dengan acara syukuran dengan pemotongan tumpeng oleh Kapolda DIY di berikan kepada Pa Brimob termuda IpdA Tri Ambar Setyo B. • Giat upacara dan syukuran berjalan dengan lancar dan tertib. 	<ul style="list-style-type: none"> • Setelah upacara selesai kemudian dilanjutkan dengan pemotongan tumpeng oleh Kapolda DIY, Tjuk Basuki. • Ditemui di sela-sela acara tersebut Kapolda DIY, mengharapkan Brimob bisa melaksanakan tugas Polri untuk menjadi pelindung dan pengayom masyarakat, serta Brimob juga dilibatkan dalam seluruh operasional kepolisian. • Keberadaan Brimob memiliki andil besar dalam mengiringi langkah perjuangan bangsa Indonesia, yaitu diawali dari terbentuknya tokoh Betsu Keisatsu Tai yang merupakan polisi istimewa pada masa pendudukan Jepang yang ikut dalam merebut kemerdekaan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa acuan penulisan naskah *press release* Polda DIY mengacu pada buku pedoman dari Mabes Polri. Selain mentaati aturan yang ada di buku pedoman Mabes Polri, dalam menulis *press release* humas Polda DIY juga meningkatkan kemampuan menulis standar jurnalis kepada personilnya melalui pelatihan-pelatihan.

C. Mekanisme Penulisan *Press Release*

Setelah membahas kebijakan *press release*, maka bahasan selanjutnya adalah bagaimana mekanisme penulisan *press release* humas Polda DIY sehingga dapat menjadi naskah yang siap dikirim kepada media massa. Pada dasarnya mekanisme penulisan *press release* humas Polda DIY adalah bagian dari cara kerja atau alur kerja yang ditempuh dalam pelaksanaan penulisan *press release*. Dalam hal ini *press release* ditulis oleh humas Polda DIY dalam bentuk naskah yang isinya berupa informasi kemudian nantinya akan dikirim

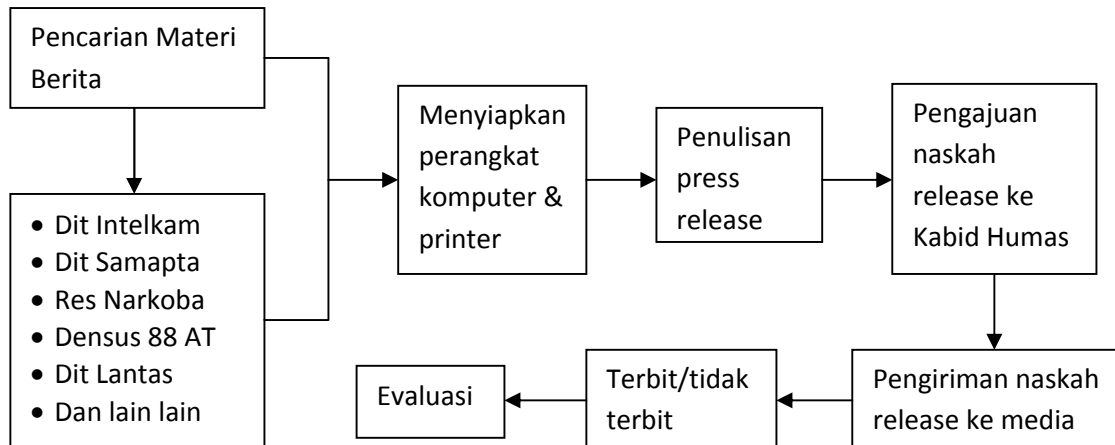
ke media massa. Adapun mekanisme penulisan *press release* menurut Kaurpenum humas Polda DIY AKP S Sumarsih yaitu,

“penulisan *press release* sendiri dimulai dari pemcarian materi berita, atau kegiatan yang dilakukan baik di dalam maupun di luar Polda DIY, sebagai contoh misalnya ada sebuah informasi tentang pengungkapan kasus narkoba, setelah itu kami dari humas Polda DIY mencari materinya dengan cara koordinasi dengan bidang terkait yaitu Dit Narkoba, setelah materi didapat baru kita buat releasenya yang kemudian kami kirim ke media sebagai bahan informasi pengungkapan kasus narkoba kepada masyarakat luas” (Wawancara, 15 Mei 2012)

Dari keterangan Kaurpenum di atas ternyata juga tidak jauh beda dengan data yang penulis temukan yang ada pada “Buku Pedoman Pelaksanaan Tugas Fungsi Humas di Jajaran Polri” dalam buku tersebut dijelaskan ada dua point terkait mekanisme penulisan *press release* dilingkungan Polri yaitu:

- 1) Mencari, mengumpulkan dan mengolah data yang akurat dari kesatuan yang menanganinya.
- 2) Menyiapkan perangkat komputer dan printer.

Selain itu menurut pengamatan penulis, ternyata mekanisme *Press Release* Polda DIY tidak hanya menunggu informasi yang masuk ke meja humas saja, namun mereka juga mencari bahan berita keluar yang tentunya memiliki informasi bernilai berita sehingga dapat dijadikan bahan *press release* guna kelancaran pemenuhan informasi terhadap publik. Dari semua penjelasan yang disampaikan diatas jika di visualisasikan dalam bentuk bagan adalah sebagai berikut:



Bagan 3.1 mekanisme penulisan press release

Sumber: Wawancara Kabid Humas Polda DIY, 15 Mei 2012 dan Buku Pedoman Pelaksanaan Tugas Fungsi Humas di Jajaran Polri

Pada bagan di atas dijelaskan bahwa naskah *press release* ditulis mulai dari pencarian berita, yang didapat dari divisi-divisi lain selain humas yang ada di Polda DIY seperti Dit Intelkam, Dit Samapta, Res Narkoba, Densus 88 AT, Dit Lantas, dan lain-lain. Setelah informasi didapat segera menyiapkan perangkat komputer beserta printer sebagai media penulisan *press release*. Hasil jadi naskah *press release* kemudian di ajukan kepada Kabid Humas Polda DIY untuk disetujui dan kemudian ditanda tangani. Setelah itu barulah naskah *press release* tersebut dikirimkan ke beberapa media massa yang kemudian Humas Polda DIY memonitor apakah *release* yang telah dibuat terbit/tidak terbit. Selanjutnya penulisan *press release* tersebut di evaluasi bersamaan dengan evaluasi *media relations* humas Polda DIY yang lainnya.

Selain mekanisme alur penulisan *press release*, berikut ini adalah hal-hal yang diperhatikan oleh humas Polda DIY dalam penulisan *press release* menurut hasil pengamatan dan wawancara penulis dengan AKP S Sumarsih dan Kabid Humas Polda DIY AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si sebagai berikut:

- 1) Penulisan *release* dengan memasukkan unsur 5W+1H

- 2) Menggunakan teknik penulisan *inverted pyramid* (lead,tubuh,ekor)
- 3) Tidak menggunakan bahasa-bahasa atau kode/sandi yang dipakai kepolisian untuk dimasukkan ke dalam *relase*. Karena dapat dipastikan masyarakat tidak paham dengan apa yang dimaksud.
- 4) Lebih menonjolkan seni dalam menulis, bahasa yang digunakan tidak bahasa baku, namun lebih kepada bahasa sehari-hari yang dipahami publik.
- 5) Membuat judul yang menarik.
- 6) Memberikan kesempatan kepada wartawan untuk mengkoscek kebenaran informasi *release* yang dikirim terutama jika masih membutuhkan informasi tambahan.

D. Mekanisme Pengiriman *Press Release* ke Media Massa

Setelah informasi di dapat dan *release* di buat maka langkah selanjutnya adalah menyampaikan *release* tersebut melalui media massa agar informasi yang telah di tulis ke dalam *release* segera diterbitkan, sehingga masyarakat dapat menerima informasi yang ada secara *update* dan tidak menjadi informasi yang basi karena masih terbilang informasi baru. Dalam menyampaikan naskah *press release* kepada media massa humas Polda DIY menggunakan beberapa cara, kabid humas Polda DIY AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si menjelaskan bahwa,

“kalau cara menyampaikan *press release* itu kami melalui berbagai cara, ada yang melalui wartawan kami undang ke Polda, kemudian melalui email, faxsimile, ada juga jika wartawan yang kami undang tidak hadir, kami akan memberikan *copy press release* berupa CD dan *print out press release*, jadi dengan saya memberikan *copy release* berupa CD berharap hal demikian dapat memudahkan wartawan untuk mengedit *release* yang kami kirim.” (Wawancara, 15 Mei 2012)

Kabid humas Polda DIY juga menambahkan bahwa dalam penulisan *press release* tersebut tidak serta merta menjadi sumber informasi utama bagi wartawan, sehingga humas Polda DIY selalu melayani wartawan jika masih

memerlukan informasi tambahan walaupun *press release* sudah kami kirim ke media. Sehingga informasi yang nantinya akan diterbitkan akan semakin akurat dengan adanya informasi tambahan.

Penyampaian *press release* ke media tidak akan berjalan tanpa adanya hubungan yang baik dengan pihak media. Sehingga humas Polda DIY tidak hanya melakukan pengiriman naskah *press release* saja, namun juga selalu menjaga hubungan yang baik dengan pihak media. Terbukti dengan adanya keterangan yang disampaikan oleh Kaur Penum AKP S. Sumarsih bahwa,

“kita selama ini melaksanakan pembinaan wartawan yang biasanya meliputi kegiatan Polda DIY dalam sebulan sekali yang biasa kita sebut dengan *coffe morning*, kemudian ada juga pembinaan wartawan yang diikuti oleh wartawan media cetak maupun elektronik serta lokal maupun nasional. Kemudian sesekali kita juga mengadakan silaturahmi/mengundang pimpred serta beberapa wartawan agar hubungan semakin erat antara kami dengan pihak media.” (Wawancara, 15 Mei 2012)

Pada saat menjalin hubungan dengan media massa humas Polda DIY tidak memiliki *media partner* khusus untuk meliput berbagai macam informasi, termasuk dalam hal penyampaian *press release*. Dalam hal ini humas Polda DIY merangkul semua jenis media massa, termasuk cetak, elektronik dan online. Adapun daftar media yang menjalin hubungan dengan Polda DIY adalah sebagai berikut:

Daftar Nama Media Massa

a. Media Radio

Tabel 3.4 daftar media radio (*media partner* Humas Polda DIY)

No	Media Radio	Nama Wartawan	Alamat Media di Jogja
1.	Radio Sonora	Bahana	Jl.Wachid Hasyim 256-258 (Ndalem Tejokusuman) Yogyakarta
2.	Radio Swaragama	Alya	Graha Pantja Dharma, Lt. 3-4, Jl.Kaliurang Km. 4, Sekip, Yogyakarta
3.	Radio Retjo	Ndari	Jl.Jagalan 36 RT 027/05

	Buntung		Yogyakarta
4.	Radio Global FM	Hari Susanto	Jl. Wonosari Km.8 Potorono, Banguntapan -Bantul Jogjakarta
5.	Radio El Shinta	Santos	Jl. Menteri Supeno No 6 Surakarta
6.	Radio 96.35 Trijaya FM	Sita	Jl. Kaliurang KM.6 Pandegarini II No.1 Depok - Sleman, Yogyakarta
7.	Radio RRI	Prima	Jl.Achmad Jazuli 04 Yogyakarta
8.	Radio Rakosa	Roni	Jl.Pandega Sakti 08 Yogyakarta
9.	Radio Istakalista	Adhy Kuncoro	Jl.Kalisahak 28 Kompl Balapan Yogyakarta
10.	Radio Unisi	Wahyu	Pasar Kembang 24 Yogyakarta
11.	Radio Eltira	Fathurahman	Jl. Suroto 4, Gedung Kompas Gramedia, lantai dua, Kotabaru, Yogyakarta
12.	Radio MQ FM	Tria	Grha STMik Amikom Yogyakarta Gedung I Lantai II Jl. Ring Road Utara Condong Catur Depok Sleman Yogyakarta
13.	I Radio	Wuri	Jl. Wates KM 4, Ruko Pelem Guruh No. 9-10, Gamping, Sleman, Yogyakarta

b. Media Televisi

Tabel 3.5 daftar media televisi (*media partner* Humas Polda DIY)

No	Media Televisi	Nama Wartawan	Alamat Media di Jogja
1.	Metro TV	Erwin & Agus	Jl. Cendana No. 16 Yogyakarta
2.	TPI/MNC	Frans Gunanto F	Jl. Pintu II Taman MiniPondok Gede Jakarta Timur
3.	TV One	Angga & Nuryanto	Nitipuran Rt.10, No.396, Ngestiharjo, Yogyakarta
4.	Indosiar	Sudaryono &	Jalan Damai No. 11 Daan

		Krisna	Mogot Jakarta
5.	Trans7	Gatot Tripintoko J	Menara Bank Mega Lt. 20 Jl. Kapt. P. Tendean Kav.12-14A Jakarta
6.	RCTI	Sigit Purwita & Heru	Jalan Raya Perjuangan-Kebon Jeruk Jakarta
7.	TVRI	Tri Hartanto & Giri	Jl. Magelang Km. 4,5 Yogyakarta
8.	RB TV	Didit & Rina	Jl. Jagalan No. 36 Yogyakarta
9.	Jogja TV	Afin & Edna	Jl. Wonosari Km. 9 Sendangtirto Berbah Sleman Yogyakarta
10.	SCTV	Wiwik & Margo	Jl. gatot Subroto Kav. 21, Jakarta
11.	ANTEVE	Santos & Sigit	Jl. H. Rasuna Said kav X-6 no. 8 Jakarta Selatan
12.	Global TV	Heru Trijoko	Kompleks RCTI Jalan Raya Perjuangan Kebun Jeruk City Jakarta Barat
13.	TA TV Solo	Andri & Marsudi	Yogyakarta: Jl. Gajah Mada No. 52 Yogyakarta
14.	Trans TV	Teguh	Jl. Kapt Tendean 12 - 14A Jakarta

c. Media Cetak

Tabel 3.6 daftar media cetak (*media partner* Humas Polda DIY)

No	Media Cetak	Nama Wartawan	Alamat Media di Jogja
1.	Suara Merdeka	Asril	Jl Namburan Lor 15 Yogyakarta
2.	Bernas	Warjono	Jl Jend. Sudirman 52 Yogyakarta
3.	Sindo	Deva	Demangan GK I/7, Yogyakarta
4.	Kedaulatan Rakyat	Wahyu	Jl.P Mangkubumi 40-42 Yogyakarta
5.	Merapi	Tiwi	Jl. P Mangkubumi 40-42 Yogyakarta
6.	Radar Jogja	Yogi	Jl. Ring Road utara No.88

7.	Suara Pembaharuan	Fuska Sani Evani	Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36 Jakarta
8.	Kompas	Indra	Jl Suroto 2A Kotabaru Yogyakarta
9.	Harian Jogja	Rizal	Jl. Ipda Tut harsono No. 52 Yogyakarta
10.	Meteor	Ujang	Gedung graham pena lantai III Jl Perintis Kemerdekaan No.77 Semarang
11.	Tempo	Rurit	Jl. Proklamasi No.72 Jakarta
12.	Sinar Harapan	Yuyuk	Jl Raden Saleh No.1B Yogyakarta
13.	Suara Jateng	Juwahir	Jl.Namburan lor 15 Yogyakarta
14.	Pos Kota	Rizal	Jl Kaliurang km 5,8 No.72 Sleman Yogyakarta
15.	Republika	Yoebal	Jl I Dewa Nyoman Oka 11 Kotabaru Yogyakarta

d. Media Online

Tabel 3.7 daftar media online (*media partner* Humas Polda DIY)

No.	Media Online	Nama Wartawan	Alamat Media di Jogja
1.	Jogjarip.com	Eko	Jl.Gambiran 85 Yogyakarta
2.	Kedaulatan Rakyat Online	Ardi	Jl.P Mangkubumi 40-42 Yogyakarta
3.	Detik.com	Bagus	Jl Pacar No.1, Baciro Baru

Selain itu, agar informasi yang disampaikan melalui press release dapat berjalan dengan lancar tak hanya hubungan yang baik dengan media saja yang dibutuhkan namun AKP S. Sumarsih menjelaskan bahwa butuh strategi khusus agar *press release* yang disampaikan ke media dapat segera di terbitkan yaitu setelah *release* jadi langsung di berikan/kirim kepada pihak media, apalagi kegiatan Polda yang bernilai berita positif atau keberhasilan-keberhasilan yang dilakukan Polda dalam pengungkapan kasus, maka humas Polda DIY langsung segera mengirimkan *release* tersebut kepada media.

Adapun dari ke empat jenis media yang telah disebutkan di atas dan menurut hasil wawancara peneliti dengan kedua narasumber, berikut ini adalah tabel mekanisme penyampaian *press release* humas Polda DIY dari empat jenis media tersebut:

Tabel 3.8 Mekanisme Pengiriman *Press Release*

No	Jenis Media	Kebijakan	Cara Pengiriman Naskah <i>Release</i>	Waktu Pengiriman Naskah <i>Release</i>
1.	Radio	<ul style="list-style-type: none"> • Dikirim secepat mungkin • Ditujukan kepada wartawan/redaktur yang dikenal • Melakukan konfirmasi diterima atau tidaknya <i>release</i> yang dikirim 	Email/Fax/di antar ke redaksi	Langsung, setelah naskah sudah jadi.
2.	Televisi	<ul style="list-style-type: none"> • Dikirim secepat mungkin • Ditujukan kepada wartawan/redaktur yang dikenal • Melakukan konfirmasi diterima atau tidaknya <i>release</i> yang dikirim 	Email/Fax/di antar ke redaksi	Langsung, setelah naskah sudah jadi.
3.	Cetak	<ul style="list-style-type: none"> • Dikirim secepat mungkin • Ditujukan kepada wartawan/redaktur yang dikenal • Melakukan konfirmasi diterima atau tidaknya <i>release</i> yang dikirim 	Diantar ke redaksi media cetak/Fax/CD	Langsung, setelah naskah sudah jadi.
4.	Online	<ul style="list-style-type: none"> • Dikirim secepat mungkin • Memanfaatkan teknologi media email • Melakukan konfirmasi diterima atau tidaknya <i>release</i> yang dikirim 	Email	Langsung, setelah naskah sudah jadi.

Sumber: Wawancara dengan Kabid Humas Polda DIY dan Kaurpenum Humas Polda DIY (15 Mei 2012)

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa dari ke empat jenis media tersebut hanya jenis media online saja yang sedikit berbeda, perbedaannya terletak pada kebijakan pengiriman *press release* dan cara pengiriman *press release*. Pada media online kebijakan *press release* yaitu naskah *press release* dikirim secepat mungkin dengan menggunakan email dan melakukan

konfirmasi apakah release yang dikirim diterima atau tidak. Sedangkan cara pengiriman naskah *press release* media online yaitu melalui email, hal ini mengingat media online adalah media yang memanfaatkan teknologi internet, oleh karena itu humas Polda DIY lebih memilih cara pengiriman *release* melalui email.

Berbeda dengan media online, tiga jenis media lainnya yaitu media radio, televisi, dan cetak memiliki kesamaan yaitu dalam hal kebijakan *press release*, cara pengiriman dan waktu pengiriman *press release*. Dari ketiga jenis media tersebut kebijakan *press release*nya yaitu sama-sama dikirim secepat mungkin dengan mengirimkan *release* kepada wartawan/redaktur yang dikenal dan melakukan konfirmasi diterima atau tidaknya *release* yang dikirim. Sedangkan cara pengiriman *press release*nya yaitu sama-sama melalui email, fax atau dikirim langsung ke alamat redaksi media.

Selain itu dari ke empat jenis media tersebut terdapat juga kesamaan dalam mekanisme penyampaian *release* yaitu dalam hal waktu pengiriman *press release*. Mulai dari media radio, televisi, cetak, dan online sama-sama dikirim ke media secara langsung setelah naskah *press release* jadi dan di tanda tangani serta disetujui oleh Kabid humas Polda DIY.

E. Evaluasi Penulisan *Press Release*

Evaluasi bagi humas Polda DIY diartikan sebagai proses pengukuran akan efektifitas kegiatan yang dilakukan, yang nantinya digunakan dalam upaya mencapai tujuan yang di inginkan Humas Polda DIY. Dalam kegiatan penulisan *press release* humas Polda DIY juga terdapat proses pengevaluasian, akan tetapi evaluasi yang dilakukan tidak hanya fokus pada kegiatan penulisan *press release* namun secara keseluruhan rangkaian kegiatan *media relations* yang dilakukan humas Polda DIY yang artinya pengevaluasian *press release* jelas termasuk didalamnya.

Seluruh kegiatan *media relations* Polda DIY akan di evaluasi oleh Bidang Penerangan Umum yang dikepalai oleh AKP S. Sumarsih. Adapun rincian proses evaluasi adalah sebagai berikut:

- 1) Evaluasi dilakukan setiap 6 bulan sekali
- 2) Dilakukan oleh Bidang Penerangan Umum dengan cara:
 - a. Mengkliping berita terkait Polda DIY
 - b. Membuat tabel yang berisi pengiriman *release* ke media, pemuatan *release* di media dan jumlah media yang memuat pemberitaan terkait Polda DIY dalam waktu 6 bulan.
 - c. Untuk evaluasi *press release* sendiri kriteria keberhasilan dinilai dari jumlah target media pemuatan di media dan jumlah *press release* yang dimuat di media
- 3) Berikut ini adalah tabel hasil evaluasi penulisan *press release* Polda DIY periode Januari 2011-Desember 2011 serta media massa yang memuat naskah *press release* tersebut:

Tabel 3.9 Press Release Januari 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
6	Penerimaan Brigadir Polri	4 Media	2 Media	•KR •Rdr Jogja	50%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan Januari hanya 1 naskah.
- b. *Press release* dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 4 media)
- c. Dari 4 media hanya 2 media yg memuat (2:4 =50%)
- d. Pengiriman *press release* ke redaksi 4 media cetak melalui email dan fax.

- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 4 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.10 Press Release Maret 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
11	Upacara penutupan latihan peningkatan kemampuan pelopor	2 media	-	-	0%
15	MOU & seminar/ sosialisasi pelatihan penyidikan tindak pidana hak cipta software	4 media	1 media	Harjo	25%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan Maret adalah 2 naskah yaitu pada tanggal 11 dan 15 Maret.
- b. *Press release* 11 Maret: mengirim ke 2 media cetak (Harapan termuat 2 media)
Press release 15 Maret: dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 4 media)
- c. *Press release* 11 Maret: dari 2 *press release* yang dikirim tidak ada media yang memuat (0%)
Press release 15 Maret: dari 4 media hanya 1 media yg memuat (1:4 =25%)
- d. Pengiriman *press release* ke redaksi 6 media cetak melalui email dan fax.

- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 6 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.11 Press Release April 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
12	Penerimaan Sekolah Inspektur Polisi Sumber Sarjana TA 2011	2 media	-	-	0%
15	Sertijab anggota Polri Polda DIY	4 media	2 media	<ul style="list-style-type: none"> • Bernas • KR 	50%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan Maret adalah 2 naskah yaitu pada tanggal 12 dan 15 April.
- b. *Press release* 12 April: mengirim ke 2 media cetak (Harapan termuat 2 media)
Press release 15 April: dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 4 media)
- c. *Press release* 12 April: dari 2 *press release* yang dikirim tidak ada media yang memuat (0%)
Press release 15 Maret: dari 4 media hanya 2 media yg memuat (2:4 =50%)
- d. Pengiriman *press release* ke redaksi 6 media cetak melalui email dan fax.
- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 6 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)

- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.12 *Press Release* Mei 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
4	Operasi Progo 2011	4 media	1 media	Bernas	25%

- Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan Mei hanya 1 naskah yaitu tanggal 4 Mei.
- Press release* dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 4 media)
- Dari 4 media hanya 2 media yg memuat (1:4 =25%)
- Pengiriman *press release* ke redaksi 4 media cetak melalui email dan fax.
- Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 4 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.13 *Press Release* Juni 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
2	Operasi “Mantap Praja Progo 2011”	3 media	1 media	KR	33,3%
9	Lomba karya tulis hari Bhayangkara ke-66	2 media	1 media	Rdr Jogja	50%

15	Polda DIY bakti sosial di shelter	2 media	-	-	0%
24	Dit Narkoba tangkap pengguna shabu	5 media	3 media	<ul style="list-style-type: none"> • Merapi • Bernas • Harjo 	60%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan Juni adalah 4 naskah yaitu pada tanggal 2, 9, 15 dan 24 Juni.
- b. *Press release* 2 Juni: mengirim ke 3 media cetak (harapan termuat 3 media)
Press release 9 Juni: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
Press release 15 Juni: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
Press release 24 Juni: dikirim ke 5 media cetak (harapan termuat 5 media)
- c. *Press release* 2 Juni: dari 3 *press release* yang dikirim ke media hanya 1 yang dimuat ($1:3= 33.3\%$)
Press release 9 Juni: dari 2 media hanya 1 media yg memuat ($1:2 =50\%$)
Press release 15 Juni: dari 2 media tidak ada media yang memuat (0%)
Press release 24 Juni: dari 5 media hanya 3 media yang memuat ($3:5= 60\%$)
- d. Pengiriman *press release* ke redaksi 12 media cetak melalui email dan fax.
- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 12 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.14 *Press Release* Juli 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
8	Polda DIY berhasil tangkap pengedar ganja	4 media	2 media	<ul style="list-style-type: none"> • Merapi • Bernas 	50%
11	Operasi patuh Progo 2011	2 media	-	-	0%
20	Operasi “Ketupat Progo” 2011	2 media	1 media	<ul style="list-style-type: none"> • Rdr Jogja 	50%
29	MOU dengan kementerian/lembaga	2 media	-	-	0%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan Juli adalah 4 naskah yaitu pada tanggal 8, 11, 20 dan 29 Juli.
- b. *Press release* 8 Juli: dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 4 media)
Press release 11 Juli: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
Press release 20 Juli: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
Press release 29 Juli: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
- c. *Press release* 8 Juli: dari 4 *press release* yang dikirim ke media hanya 2 yang dimuat ($2:4= 50\%$)
Press release 11 Juli: dari 2 media tidak ada media yg memuat (0%)
Press release 20 Juli: dari 2 media hanya 1 media yang memuat ($1:2= 50\%$)
Press release 29 Juli: dari 2 media tidak ada media yang memuat (0%)

- d. Pengiriman *press release* ke redaksi 10 media cetak melalui email dan fax.
- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 10 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.15 *press release* Agustus 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
11	Rakor sektoral kesiapan operasi “ketupat progo 2011”	4 media	-	-	0%
20	Polda DIY siap amankan perayaan Idul Fitri	6 media	2 media	Rdr Jogja	33,3%
22	HUT Polwan ke 63 tahun 2011	3 media	-	-	0%
22	Pengenalan RTMC Dit Lantas Polda DIY ke masyarakat	2 media	2 media	<ul style="list-style-type: none"> • Sindo • Bernas 	100%
25	Hasil operasi tumpas Narkoba progo I 2011	2 media	1 media	<ul style="list-style-type: none"> • Merapi • Harjo 	50%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan Agustus adalah naskah yaitu pada tanggal 11, 20, 22, 22, dan 25 Agustus.

- b. *Press release* 11 Agustus: dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 4 media)
Press release 20 Agustus: dikirim ke 6 media cetak (harapan termuat 6 media)
Press release 22 Agustus: dikirim ke 3 media cetak (harapan termuat 3 media)
Press release 22 Agustus: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
Press release 25 Agustus: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
- c. *Press release* 11 Agustus: dari 4 media tidak ada media yang dimuat (0%)
Press release 20 Agustus: dari 6 media hanya 2 media yg memuat ($2:6= 33,3\%$)
Press release 22 Agustus: dari 3 media tidak ada media yang memuat (0%)
Press release 22 Agustus: dari 2 media termuat di 2 media seperti harapan (100%)
Press release 25 Agustus: dari 2 media hanya 1 media yang memuat (50%)
- d. Pengiriman *press release* ke redaksi 17 media cetak melalui email dan fax.
- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 17 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.16 *Press Release* September 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
12	“Operasi Mantap Praja Progo 2011” pengamanan tahap inti Pilkada Kulon Progo	3 media	2 media	<ul style="list-style-type: none"> • Rdr Jogja • KR 	66,6%
14	anev situasi operasi ketupat 2011 tgl 23 Agustus s/d 8 September	3 media	1 media	Bernas	33,3%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan September adalah naskah yaitu pada tanggal 11, 20, 22, 22, dan 25 Agustus.
- b. *Press release* 12 Sept: dikirim ke 3 media cetak (harapan termuat 3 media)
Press release 14 Sept: dikirim ke 3 media cetak (harapan termuat 3 media)
- c. *Press release* 12 Sept: dari 3 media hanya 2 media yang memuat (2:3= 66,6%)
Press release 14 Sept: dari 3 media hanya 1 media yg memuat (1:3= 33,3%)
- d. Pengiriman *press release* ke redaksi 6 media cetak melalui email dan fax.
- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 6 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.17 *Press Release* Oktober 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
11	Pengumuman pelelangan dan pasca kualifikasi	4 media	-	-	0%
11	Kabijakan Kapolda DIY	3 media	1 media	Harjo	33,3%
11	Polda DIY siap amankan pernikahan agung putrid Sri Sultan HB X	5 media	2 media	<ul style="list-style-type: none"> • KR • Rdr Jogja 	40%
17	Pam pernikahan agung putri Sri Sultan HB X	4 media	1 media	Bernas	25%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan Oktober adalah naskah yaitu pada tanggal 11 sebanyak tiga naskah dan 17 Oktober.
- b. *Press release* 11 Oktober: dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 4 media)
Press release 11 Oktober: dikirim ke 3 media cetak (harapan termuat 3 media)
Press release 11 Oktober: dikirim ke 5 media cetak (harapan termuat 5 media)
Press release 17 Oktober: dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 1 media)
- c. *Press release* 11 Oktober: dari 4 media tida ada media yang dimuat (0%)
Press release 11 Okto: dari 3 media hanya 1 media yg memuat (1:3= 33,3%%)

Press release 11 Okto: dari 5 media hanya 2 media yang memuat (2:5= 40%)

Press release 17 Okto: dari 4 media termuat di 1 media seperti harapan (4:1=25%)

- d. Pengiriman *press release* ke redaksi media cetak melalui email dan fax.
- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 16 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.18 Press Release November 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
2	Penyerahan kendaraan Police Backbone	2 media	-	-	0%
4	Sertijab beberapa petinggi Polda DIY	2 media	1 media	Harjo	50%
10	Polda DIY ungkap kasus curras (pencurian dengan kekerasan)	4 media	2 media	Merapi	50%
14	HUT ke-66 Korps Brimob Polda DIY	3 media	1 media	KR	33,3%
16	Polda DIY berhasil ungkap kasus penyalahgunaan narkoba	3 media	1 media	Rdr Jogja	33,3%
17	Polda DIY	2 media	2 media	• Bernas	100%

	berhasil ungkap kasus penipuan penanaman modal di PT Cahay Forex			• Harjo	
25	Pengumuman pelelangan pasca kualifikasi	2 media	-	-	0%
25	Polda DIY melaksanakan operasi kenanga progo 2011	2 media	1 media	Rdr Jogja	50%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan November adalah naskah yaitu pada tanggal 2, 4, 10, 14, 16, 17 dan 25 November.
- b. *Press release* 2 Nov: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
Press release 4 Nov: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
Press release 10 Nov: dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 4 media)
Press release 14 Nov: dikirim ke 3 media cetak (harapan termuat 3 media)
Press release 16 Nov: dikirim ke 3 media cetak (harapan termuat 3 media)
Press release 17 Nov: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
Press release 25 Nov: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
Press release 25 Nov: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
- c. *Press release* 2 Nov: dari 2 media tidak ada media yang dimuat (0%)

Press release 4 Nov: dari 2 media hanya 1 media yg memuat (1:2= 50%)

Press release 10 Nov: dari 4 media hanya 2 media yang memuat (2:4= 50%)

Press release 14 Nov: dari 3 media termuat di 1 media seperti harapan (1:3= 33,3%)

Press release 16 Nov: dari 3 media hanya 1 media yang memuat (1:3= 33,3%)

Press release 17 Nov: dari 2 media termuat juga di 2 media (2:2= 100%)

Press release 25 Nov: dari 2 media tidak ada media yang memuat (0%)

Press release 25 Nov: dari 2 media hanya 1 media yang memuat (50%)

- d. Pengiriman *press release* ke redaksi 20 media cetak melalui email dan fax.
- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 20 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Tabel 3.19 *Press Release* Desember 2011

Tgl	Obyek Peristiwa	Jml P.Release yg dikirim	Jml P.Release yg dimuat (Media Cetak)	Nama media yang memuat	%
7	Operasi zebra Progo 2011	4 media	1 media	KR	25%
	Polda DIY mengadakan lomba kebersihan mako	2 media	-	-	0%

- a. Peristiwa yang yang dibuat naskah *press release* pada bulan Desember adalah naskah yaitu pada tanggal 7 dan satu naskah lagi tidak terdapat tanggal pembuatannya.
- b. *Press release* 7 Des: dikirim ke 4 media cetak (harapan termuat 4 media)
Press release Des: dikirim ke 2 media cetak (harapan termuat 2 media)
- c. *Press release* 7 Des: dari 4 media hanya 1 media yang memuat (1:4= 25%%)
Press release 14 Sept: dari 2 media tidak ada media yg memuat (0%)
- d. Pengiriman *press release* ke redaksi 6 media cetak melalui email dan fax.
- e. Dilakukan monitoring tentang pemuatan produk *press release* tersebut (pembacaan ke 6 media cetak yang dilanggan oleh Polda DIY)
- f. Berita/hasil *press release* yang dimuat kemudian dikliping dengan teknis tertentu (menggunakan tabel monitoring)

Dari keseluruhan data evaluasi *press release* Polda DIY selama tahun 2011 di atas jika diringkas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.20 evaluasi naskah *press release* Januari 2011-Desember 2011

Bulan & tgl	Pengiriman Naskah Release	Pemuatan di media	Nama media	Frekuensi	Persen (%)
Januari 2011	4 media	2 media	<ul style="list-style-type: none"> • KR • Radar Jogja 	2	5,71%
Februari 2011	-	-		-	-
Maret 2011	6 media	1 media	<ul style="list-style-type: none"> • Harjo 	1	2,86%
April 2011	6 media	2 media	<ul style="list-style-type: none"> • Bernas • KR 	2	5,71%
Mei 2011	4 media	1 media	<ul style="list-style-type: none"> • Bernas 	1	2,86%

Juni 2011	12 media	5 media	<ul style="list-style-type: none"> • KR • Merapi • Bernas • Radar Jogja • Harjo 	5	14,29%
Juli 2011	10 media	3 media	<ul style="list-style-type: none"> • Radar Jogja • Bernas • Merapi 	3	8,58%
Agustus 2011	17 media	5 media	<ul style="list-style-type: none"> • Bernas • Radar Jogja • Harjo • Sindo • Merapi 	5	14,29%
September 2011	6 media	3 media	<ul style="list-style-type: none"> • KR • Bernas • Radar Jogja 	3	8,58%
Oktober 2011	16 media	4 media	<ul style="list-style-type: none"> • Bernas • KR • Radar jogja • Harjo 	4	11,42%
November 2011	20 media	8 media	<ul style="list-style-type: none"> • Merapi • KR • Harjo • Sindo • Radar Jogja 	8	22,85%
Desember 2011	4 media	1 media	Bernas	1	2,85%
TOTAL				35 Naskah Press Release	100%

Dari rincian di atas dapat dijelaskan bahwa media massa yang paling sering memuat naskah *press release* dari humas Polda DIY adalah media cetak Bernas (Berita Nasional) yaitu dalam setahun selama tahun 2011 Harian Jogja memuat sebanyak 8 kali berita hasil dari pengiriman naskah *press release* humas Polda DIY. Selain Bernas ada pula media yang termasuk sering memuat naskah *press release* Polda DIY sekitar 2-7 kali pemuatan selama tahun 2011 yaitu media cetak Kedaulatan Rakyat sebanyak 6 kali pemuatan, Harian Jogja 5 kali, Radar Jogja 7 kali, Merapi 4 kali, dan Sindo 2 kali pemuatan.

Selanjutnya rata-rata pengiriman naskah *press release* ke media yang dilakukan oleh Humas Polda DIY yaitu 6 lembar naskah *press release*. Sedangkan naskah *press release* yang dimuat dalam sekali pengiriman selama tahun 2011 rata-rata terdapat 1-5 media massa yang memuat. Keterangan mengenai proses evaluasi *press release* ini diperkuat oleh penjelasan dari Kaurpenum humas Polda DIY AKP S. Sumarsih bahwa,

“kami melakukan evaluasi setiap 6 bulan sekali seluruh hasil kegiatan yang kami lakukan serta ada evaluasinya, dimana di dalam evaluasi tersebut juga membahas pemberitaan yang muncul terkait penulisan release yang telah kami buat. Sehingga dari hasil evaluasi tersebut kami menjadi tahu mana yang perlu diperbaiki dan mana yang perlu ditingkat. Biasanya kami lebih banyak menilai keberhasilan release dari munculnya berita positif/negative dari media” (Wawancara, 15 Mei 2012)

Evaluasi yang dilakukan menurut AKBP Hj. Anny Pudjiastuti S.Sos, M.Si tidak jauh beda dengan dengan apa yang disampaikan oleh AKP S. Sumarsih sebagai kaurpenum bahwa,

“evaluasi khusus ke *press releasenya* pada dasarnya tidak ada, namun humas Polda DIY lebih kepada evaluasi berita yang dimunculkan media terkait *press release* yang humas kirim. Jadi dalam pemberitaan media seputar Polda DIY, humas memiliki staff yang bertugas memonitor pemberitaan media yaitu Kaur Monitoring yang bertugas memonitor pemberitaan yang ada di media, dari hasil monitoring tersebut kemudian di buat klipng yang nantinya klipng tersebut dapat dijadikan bahan evaluasi untuk perbaikan humas Polda DIY khususnya dan Polda DIY sendiri pada umumnya” (wawancara, 15 Mei 2012)

.Jadi dari wawancara dengan kedua narasumber tersebut dapat disimpulkan bahwa evaluasi *press release* di adakan setiap 6 bulan sekali dengan cara mengkliping berita terutama media cetak, dan yang bertugas mengkliping berita ada Kaur Monitoring. Sehingga dari hasil klipng tersebut dapat diketahui berapa jumlah *press release* dalam kurun waktu 6 bulan yang dimuat di media.

F. *Press Release* Polda DIY Periode Januari 2011-Desember 2011

Penelitian ini membahas tentang “Manajemen *Press Release* Humas Polda DIY Periode Januari 2011-Desember 2011” yang tentunya selain membahas bagaimana manajemen *Press Release* Polda DIY tentu juga termasuk di dalamnya akan menganalisis naskah *Press Release* humas Polda DIY pada tahun 2011. Selama periode tersebut penulis menemukan 35 naskah *Press Release*.

Press Release bagi humas Polda DIY merupakan salah satu strategi *media relations* untuk menyampaikan informasi kepada publik. Seperti yang dijelaskan oleh Kabid Humas Polda DIY AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos M,Si yaitu

“*press release* adalah bagian dari strategi kami, karena melalui *release* kami dapat menyampaikan informasi kepada publik tentunya melalui media, jadi saat kita rakernis selalu disampaikan bagaimana strategi berhubungan dengan media, kalau terkait penulisan *press release* strategi kita lebih kepada seni menulis, sehingga dengan seni menulis kami berharap artikel tersebut dapat dengan mudah dibaca dan dipahami oleh wartawan dan masyarakat sebagai penerima informasi, karena jika kami tulis dengan bahasa baku kepolisian maka tidak semua orang paham dengan bahasa atau istilah yang kami tulis, jadi seni menulis lebih kami tekankan pada strategi penulisan *press release*.” (Wawancara, 15 Mei 2012)

Sedangkan bagian yang menangani penulisan *Press Release* adalah bagian Penum (Penerangan Umum) yang dikepalai oleh Kaurpenum AKP S. Sumarsih, beliau menjelaskan bahwa,

“untuk penulisan *press release*, karena masing-masing staff humas Polda DIY tugasnya sudah jelas maka yang bertugas untuk menuliskan *press release* adalah Kaur Penum yang notabene selain menuliskan *press release* Kaur penum juga bertugas informasi kepada masyarakat melalui keterangan pers, jumpa pers, dan siaran melalui televisi/radio (*talks show*), selain itu saya sebagai Kaur Penum dalam menuliskan *press release* juga dibantu oleh staff saya yaitu bagian Paur (Perwira Urusan)” (Wawancara, 15 Mei 2012)

Dalam hal penulisan *Press Release* Kabid Humas Polda DIY juga menjelaskan bahwa modal utama penulisan *Press Release* adalah keahlian dalam menulis sesuai dengan standar jurnalistik, hal tersebut merupakan modal utama dalam menulis naskah *press release*. Jadi dalam dunia

kepolisian keahlian menulis tentu diperlukan, akan tetapi dalam penulisan siaran pers menurut Kabid Humas Polda DIY lebih sering belajar secara otodidak dalam menuliskan siaran pers. Berikut ini adalah tabel pengamatan naskah *press release* humas Polda DIY periode Januari 2011-Desember 2011 yang dibuat oleh penulis pada tanggal 6 Mei 2012:

Tabel 3.21 Obyek *Press Release*

Obyek <i>Press Release</i>	Jumlah	%
Info baru kegiatan internal lembaga	11	31,4%
Info baru untuk masyarakat	19	54,3%
Info pengungkapan kasus/pembantahan kasus	5	14,3%
TOTAL	35	100%

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa *press release* yang ditulis oleh humas Polda DIY mayoritas berisi informasi baru untuk masyarakat hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil tabel diatas yang menunjukkan bahwa dari total 35 naskah *press release* 19 buah naskah berisi informasi baru untuk masyarakat. Sedangkan 11 naskah adalah informasi yang berisi tentang kegiatan internal lembaga dan 5 naskah sisanya berisi tentang informasi pengungkapan kasus/pembantahan kasus. Pemilihan ketiga obyek *Press Release* tersebut berdasarkan pengamatan penulis setelah membaca 35 naskah *press release* Polda DIY tahun 2011.

Tabel 3.22 Panjang Judul *Press Release*

Panjang Judul (Kata)	Jumlah	%
5-8 kata (Pendek)	20	57,1%
9-lebih kata (panjang)	15	42,9%
TOTAL	35	100%

Tabel 3.22 menjelaskan panjang pendek judul *press release*, dimana di dalam buku panduan dari Mabes Polri yang berjudul “Buku Pedoman Pelaksanaan Tugas Fungsi Humas di Jajaran Polri” dijelaskan bahwa judul/head line siaran pers dibuat dalam bentuk frasa pendek (sekitar 5 kata) yang merangkum keseluruhan isi siaran pers, selain itu dalam penulisan *press release* juga di anjurkan untuk menulis judul yang

menarik, singkat namun menjelaskan isi dari *press release*. sehingga dalam pemilihan dua kategori panjang judul ini penulis memilih kategori panjang judul 5-8 kata adalah panjang judul yang sesuai sedangkan panjang judul 9-seterusnya adalah panjang judul yang tidak sesuai. Dari hasil 35 naskah *press release* Polda DIY ditemukan 20 naskah memiliki 5-8 kata dan sisanya 15 naskah terdapat lebih dari 9 kata.

Tabel 3.23 Lead

Lead	Jumlah	%
Menjelaskan unsur 5W+1H	20	57,1%
Kurang menjelaskan unsur 5W+1H	15	42,9%
Tidak menjelaskan unsur 5W+1H	0	0%
TOTAL	35	100%

Tabel 3.23 menjelaskan tentang isi dari lead *press release*. Lead adalah awalan berita yang ada pada *press release*, di dalam aturan penulisan lead harus melengkapi unsur 5 W+1H yaitu *What* (apa yang terjadi) *Who* (siapa yang melakukan) *Where* (dimana kejadiannya) *When* (kapan terjadinya) *Why* (mengapa terjadi) dan *How* (bagaimana proses kejadiannya). Dari ke 35 naskah *press release* 20 naskah di antaranya terbukti menjelaskan unsur 5W+1H dan 15 naskah sisanya kurang menjelaskan unsur 5W+1H. Pada hasil pengamatan penulis tidak terdapat *press release* yang tidak menjelaskan unsur 5W+1H.

Tabel 3.24 Tubuh/Body Text

Tubuh/Body Text	Jumlah	%
Kronologis	31	88,6%
Kurang kronologis	4	11,4%
Tidak kronologis	0	0%
TOTAL	35	100%

Tabel 3.24 adalah tubuh/*body text*, dimana di dalam tubuh/*body text* ini berisi informasi yang kronologis atau informasi yang mendukung isi dari lead yang ada di atas tubuh/*body text*. Sehingga dalam hal ini penulis memilih 3 kategori untuk mengukur apakah tubuh/*body text press release* Polda DIY sudah kronologis atau belum. Dari hasil pengamatan penulis,

terdapat 31 naskah *press release* yang tubuh/body text-nya kronologis sedangkan sisanya 4 naskah termasuk dalam penulisan tubuh/*body text* yang kurang kronologis. Sedangkan dalam pengamatan ini penulis tidak menemukan naskah *press release* yang tidak kronologis dalam penulisan.

Tabel 3.25 Ekor/Penutup

Ekor/Penutup	Jumlah	%
Memperkaya informasi	34	88,6%
Kurang memperkaya informasi	1	11,4%
Tidak memperkaya informasi	0	0%
TOTAL	35	100%

Tabel 3.25 menjelaskan tentang ekor/penutup pada naskah *press release*. Ekor/penutup adalah rangkuman dari keseluruhan isi *press release* sehingga dapat memperkaya informasi yang disampaikan. Sehingga untuk mengukur ekor/penutup *press release* Polda DIY sudah sesuai atau belum, penulis memakai 3 kategori yang dapat dilihat dalam tabel 3.25. Dari hasil pengamatan penulis, total keseluruhan 35 naskah *press release* humas Polda tahun 2011 terdapat 34 naskah *press release* yang tulis humas Polda DIY yang ekor/penutup *press releasenya* memperkaya informasi. Sedangkan dalam pengamatan penulis tidak terdapat naskah *press release* yang tidak memperkaya informasi.

Tabel 3.26 Foto/Data Pendukung


Foto/Data Pendukung	Jumlah	%
Ada	10	28,6%
Tidak	25	71,4%
TOTAL	35	100%

Tabel 3.26 adalah Foto/data pendukung. Foto/data pendukung dalam penulisan *press release* digunakan untuk memperkuat informasi yang akan disampaikan dan dapat juga dijadikan bahan dokumentasi wartawan untuk dimuat dimedia. Dari hasil pengamatan penulis total ke 35 naskah *press release* terdapat 10 naskah *press release* yang menggunakan foto/data

pendukung, sisanya 25 naskah *press release* tidak mencantumkan foto/data pendukung. Dibawa ini adalah contoh foto yang dimuat oleh media hasil kiriman dokumentasi foto dari humas Polda dan contoh data pendukung yang di cantumkan oleh Polda DIY dalam penulisan *press release*.

KLIPING MEDIA CETAK

TANGGAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
KOLOM	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
HALAMAN	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV	XV	
MASALAH	POLITIK		POLRI		HUKUM		HANKAM		KRIMINAL		L.LANTAS					
SUMBER	KEDAULATAN RAKYAT			BERNAS			RADAR JOGJA			MERAPI			METEOR			
	SEPUTAR INDONESIA			HARIAN JOGJA			KOMPAS			BULAN			IV TAHUN 2011			



Kombes Pol Atang Heradi dilepas anggota Polresta Yogya.

AKBP MUSTAQIM KAPOLRESTA YOGYA

Prioritas Silaturahmi Tokoh Masyarakat

YOGYA (MERAPI) - Tabur melati dan tangis mengiringi kepindahan mantan Kapolresta Yogyakarta, Kombes Pol Atang Heradi, Sabtu (16/4) sore dalam pisah sambut di Mapolresta Yogya. Atang Heradi dipindahkan tugas ke Lembang, Bandung. Sementara penggantinya AKBP Mustaqim SIK dari Mabes Polri.

Bola mata Atang Heradi dan istrinya terlihat berkaca-kaca menahan air mata, sambil menyalami anggota Polresta Yogya yang sore itu berbaris rapi. Di pinggir jalan raya sebuah mobil hitam menunggu keduanya.

"Terima kasih semuanya. Maafkan saya bila ada kesalahan saat memimpin selama 10 bulan. Sebagai manusia, saya tidak luput dari kesalahan," kata Atang Heradi sambil menyalami satu per satu mantan anak buahnya itu.

Kapolresta baru, AKBP Mustaqim hikmat mengikuti setiap rangkaian acara pisah sambut Kapolresta. Mulai dari upacara Pedang Pura saat ia memasuki halaman Mako Polresta Yogya hingga melepas kepindahan Atang Heradi. Sesekali ia tampak berbinang dengan beberapa anak buah barunya.

Usai acara, kepada wartawan Mustaqim mengatakan akan mengemban tugas barunya itu sebaik mungkin. Tahap pertama yang akan dilakukannya adalah silaturahmi dengan tokoh masyarakat dan agama guna menindaklanjuti kebijakan Kapolda DIY untuk senyum, salam, dan sapa.

"Kita akan senantiasa melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan cara yang lebih erif, melalui Babinkamtibmas," ujarnya.

Disinggung soal pengamanan Makopolresta Yogya dari ancaman bom, Mustaqim mengatakan pihaknya akan mendesain pengamanan pada waktu ibadah salat. Personel yang beragama muslim menjalankan ibadah, sedangkan yang non muslim bertugas menjaga keamanan. Saat Salat Jumat, Polwan akan disisagakan untuk menjaga keamanan selama ibadah berlangsung.

(Riz)-f

Gambar 3.6 Foto dokumentasi *press release* polda DIY dimuat di media

21

KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

PRESS RELEASE

NOMOR : PR / 18 / VI / 2011 / BIDHUMAS
TANGGAL : 2 JUNI 2011

**POLDA DIY MELAKSANAKAN
OPERASI " MANTAP PRAJA PROGO 2011 "**

DALAM RANGKA PENGAMANAN RANGKAIAN KEGIATAN TAHAP INTI PEMILUKADA KULON PROGO DAN KOTA YOGYAKARTA, POLDA DIY DAN JAJARAN MELAKSANAKAN OPERASI KEPOLISIAN MANDIRI KEWILAYAHAN DENGAN SANDI OPERASI " MANTAP PRAJA PROGO 2011 ". POLA PENGAMANAN DILAKSANAKAN SECARA TERPADU DAN SIMULTAN OLEH SATGAS POLDA DIY SERTA POLRES / POLRESTA DIBANTU INSTANSI TERKAIT DAN MITRA KAMTIBMAS. KEGIATAN PEMILUKADA DENGAN MENGEDEPANKAN PENCEGAHAN DAN PRE EMTIF, KEGIATAN PAM PEMILUKADA KABUPATEN KULON PROGO DAN KOTA YOGYAKARTA SEBAGAI KAOPSDA ADALAH DIR SABHARA POLDA DIY KOMBES POL DRS. KOMARUL ZAMAN, SH,MSI, SEBAGAI KARENDAL OPS ADALAH KARO OPS POLDA DIY DRS. SUKAMSO.

PENGGELARAN KEKUATAN DALAM OPERASI MANTAP PRAJA PROGO 2011 SEBANYAK 2209 PERSONEL TERDIRI DARI SATGAS POLDA DIY 299 PERSONEL, SATGAS POLRESTA YOGYAKARTA 1250 PERSONEL, POLRES KULON PROGO 660 PERSONEL. POLA PENGAMANAN DENGAN CARA TERBUKA DAN TERTUTUP DILOKASI YANG MENJADI SASARAN RANGKAIAN KEGIATAN PEMILUKADA DI WILAYAH MASING-MASING DENGAN TAHAP INTI DILAKSANAKAN SBB :

NO.	PENTAHAPAN	KULON PROGO	YOGYAKARTA
PUTARAN I			
1.	KAMPANYE	02 – 15 JUNI 2011	08 – 21 SEPTEMBER 2011
2.	MASA TENANG	16 – 18 JUNI 2011	22 – 24 SEPTEMBER 2011
3.	PEMUNGUTAN SUARA	19 JUNI 2011	25 SEPTEMBER 2011
4.	PENGHITUNGAN SUARA	20 – 24 JUNI 2011	26 – 30 SEPTEMBER 2011
5.	PENETAPAN HASIL PEMILU	25 JUNI 2011	01 OKTOBER 2011
6.	PELANTIKAN SUMPAAH JANJI	24 AGUSTUS 2011	20 DESEMBER 2011
PUTARAN II			
1.	KAMPANYE	11 – 13 JULI 2011	31 OKT – 02 NOP 2011
2.	MASA TENANG	14 – 16 JULI 2011	03 – 05 NOVEMBER 2011
3.	PEMUNGUTAN SUARA	17 JULI 2011	06 NOVEMBER 2011
4.	PENETAPAN HASIL	10 AGUSTUS 2011	10 – 13 NOVEMBER 2011

Gambar 3.7 data pendukung *press release* humas Polda DIY

Bagi Polda DIY penulisan *press release* atau segala kegiatan yang berkaitan dengan penyampaian informasi kepada publik tidak sembarang informasi di sampaikan secara terang-terangan oleh Polda DIY. Hal ini dilakukan mengingat Polda adalah institusi yang bekerja di bidang hukum, sehingga jika ada informasi yang masih belum jelas kepastiannya maka Polda tidak serta merta menyampaikan semua informasi.

Sebagai contoh ada informasi tentang ungkap kasus maka informasi yang pasti dibutuhkan wartawan adalah kelengkapan informasi berupa unsur 5W+1H maka akan kami masukkan unsur 5W+1H tersebut dengan catatan kasus sudah benar-benar jelas kebenarannya, namun jika kami masih dalam tahap pengungkapan kasus maka 5W+1H tidak kami tuliskan

mengingat setiap informasi yang kami sampaikan harus dapat dipertanggung jawabkan jadi harus memfilter terlebih dahulu mana yang harus disampaikan dan mana yang tidak.

BAB IV

PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang telah penulis lakukan. Penulis menggunakan wawancara, observasi, dan kajian pustaka sebagai teknik pengumpulan data. Selain itu pada bab ini penulis juga tambahkan hasil penelitian terdahulu dan hasil laporan praktik kerja lapangan sebagai pembanding penelitian yang penulis telah laksanakan. Pembahasan dari hasil penelitian ini sesuai dengan apa yang peneliti peroleh pada saat penelitian. Data yang dituliskan sesuai dengan hasil wawancara dari informan dengan pertanyaan penelitian, kemudian peneliti analisis berdasarkan teori yang telah dikemukakan pada BAB I.

1. Analisis Kegiatan *Media Relations* Humas Polda DIY

Salah satu kegiatan public relations dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk memperoleh dukungan kepercayaan publik adalah kegiatan media relations, yakni membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media cetak, elektronik dan online (Soemirat & Ardianto, 2002: 121-122)

Humas Polda DIY sendiri dalam hal kegiatan media relations juga merangkul seluruh jenis media yang ada, karena mengingat Polda DIY adalah institusi berbadan hukum dimana setiap perkembangan informasi yang ada harus di sampaikan kepada masyarakat, oleh karena itu kegiatan media relations sangat membantu berjalannya penyampaian informasi kepada publik, dapat dikatakan demikian karena media massa dalam hal penyampaian informasi sangat cepat, sehingga humas Polda DIY memandang perlu adanya kegiatan media relations.

Polda DIY dalam hal melakukan kegiatan media relations adalah langkah yang tepat, hal ini di dukung oleh pendapat Diah Wardani bahwa organisasi yang membutuhkan media relations salah satunya yaitu organisasi

pemerintahan yang kebijakannya menyentuh kepentingan masyarakat luas, Badan Usaha Milik Negara, perusahaan-perusahaan *go public*, perusahaan yang memberikan pelayanan publik dan sejenisnya (2008: 12)

Terdapat empat kegiatan media relations yang sering di jalankan oleh humas Polda DIY di antaranya yaitu, konferensi pers, penulisan press release, pembuatan media eksternal berupa kerjasama dengan media massa dan pembuatan leaflet dan booklet.

Dari ke empat kegiatan media relations yang ada semua kegiatan tersebut membutuhkan keahlian dalam menulis, karena dalam upaya mencari berbagai informasi, wartawan selalu membutuhkan beragam sumber berita yang tentunya kredibel. Sehingga untuk menarik wartawan perlu adanya kemampuan menulis berita/informasi yang dapat meyakinkan wartawan. Menurut Diah Wardani (2008: 17) dalam menjalankan aktivitas media relations seorang praktisi humas perlu memiliki kompetensi sebagai berikut:

- a) **Kemampuan menulis dengan bahasa jurnalistik yang baik dan membuat konsep pidato.** Humas Polda DIY dalam rangka meningkatkan kualitas personilnya menurut Kabid Humas Polda DIY mereka sering mengirim personilnya yang di anggap mampu untuk mengikuti pelatihan yang biasanya di adakan oleh Mabes Polri.
- b) **Wawasan yang luas.** Sebagai corong institusi tentunya humas Polda DIY selalu memantau perkembangan isu di media dan masyarakat. Sehingga agar Polda DIY selalu update dengan berita-berita yang ada, Kabid humas menunjuk Bagian Monitoring untuk memantau isu di media dan masyarakat khususnya pemberitaan terkait Polda DIY.
- c) **Menguasai *product/corporate knowledge*.** Agar setiap personil menguasai *corporate knowledge* dengan baik maka Kabid Humas sebagai orang yang bertanggung jawab di divisinya selalu menyampaikan kepada setiap personilnya tentang perkembangan isu yang ada atau tentang

peraturan-peraturan baru yang ada di jajaran Kepolisian. Sehingga dengan menyampaikan informasi kepada personilnya maka setiap personil menjadi tahu isu dan peraturan terbaru yang sedang terjadi.

- d) **Menguasai komunikasi yang efektif.** Dalam hal ini komunikasi efektif yang dijalankan oleh humas Polda DIY adalah selalu menjaga hubungan baik dengan media massa, publik internal Polda dan publik eksternal Polda yaitu masyarakat.
- e) **Memiliki kemampuan sebagai narasumber media yang kredibel.** Pada point ini Kabid Humas selaku penanggung jawab divisi humas selalu terbuka kepada wartawan. Hal ini terbukti di setiap wartawan menghubungi Kabid Humas untuk memperoleh informasi maka Kabid Humas tak segan membagi informasi yang ada, karena Kabid Humas Menilai penting bagi wartawan untuk memperoleh berita karena bagi mereka informasi dari kami adalah sesuap nasi bagi mereka.

2. Analisis Kebijakan Press Release Humas Polda DIY

Berdasarkan teori, Nurudin dalam bukunya hubungan media, konsep dan aplikasi menjelaskan bahwa didalam menulis siaran pers ada beberapa hal yang sangat perlu diperhatikan. Karena pada dasarnya sebuah institusi atau perusahaan itu harus menginformasikan sebanyak mungkin nilai berita dengan keterbatasan tulisan. Beberapa kriteria menurut Nurudin yang layak diperhatikan, antara lain sebagai berikut:

- a. Pastikan siaran pers yang ditulis merupakan ide asli dan denotatif (arti sebenarnya). Artinya jangan menggunakan kata-kata klise. Tunjukkan informasi secara sederhana dan *to the point*.
- b. Ketik yang rapi dan sebaiknya gunakan hanya 1-2 halaman kertas saja.
- c. Siaran berita sebaiknya dibuat dengan mengikuti pola penulisan berita 5W+1H yakni:
 1. *Who* (siapa)

2. *What* (apa)
3. *Where* (dimana)
4. *Why* (mengapa)
5. *When* (kapan) dan
6. *How* (bagaimana)

Dengan demikian, dalam alinea pertama harus memberi tau apa yang terjadi, dimana terjadi, mengapa terjadi, siapa yang terlibat kejadian tersebut, kapan terjadi, bagaimana kejadiannya. Sedangkan alinea selanjutnya harus mendukung informasi yang ada pada alinea awal dan alinea yang terakhir adalah alinea penutup dimana berisi ringkasan dari keseluruhan informasi.

- d. Sebut nama lengkap organisasi di awal siaran, lengkap dengan logonya. Sesudah itu, nama dapat ditulis pada bentuk permulaannya (*initial*).
- e. Judul harus menarik perhatian dan mewakili isi berita
- f. Cantumkan satu atau dua nama yang bisa di hubungi lebih lanjut (*contact person*), beserta data lengkapnya misal jabatannya. (2008: 81-82)

Di dalam lingkungan humas Polda DIY pada kegiatan penulisan *release* terdapat kebijakan yang harus dipatuhi oleh setiap anggota divisi humas Polda DIY terutama divisi yang bertugas membuat *press release* yaitu bagian Penum. Kabid Humas Polda DIY AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si menjelaskan bahwa kebijakan penulisan *press release* mengacu pada buku panduan dari Mabes Polri.

Terdapat persamaan dan perbedaan antara kebijakan Polda DIY dengan idealnya sebuah kebijakan penulisan *press release* yang yang telah dikemukakan Nurudin di atas, yang pertama adalah Polda DIY dalam penulisan *press release* menggunakan bahasa biasa (hindari jargon, bahasa teknis) sedangkan idealnya *press release* ditulis menggunakan menggunakan

kata-kata yang lazim dan hindari menggunakan kata-kata klise. Sehingga dalam penggunaan bahasa antara Polda DIY dan idealitas adalah sesuai.

Yang kedua idealnya sebuah kebijakan press release adalah naskah di ketik yang rapi dan sebaiknya gunakan hanya 1-2 halaman kertas saja. Hal ini tidak sesuai dengan apa yang dilakukan Polda DIY karena pada prakteknya terdapat beberapa naskah yang memiliki lebih dari dua lembar naskah. Walaupun dalam buku panduan dari Mabes Polri sudah dijelaskan bawa dalam hal penggunaan karakter antara 500-600 (paling banyak 2 lembar).

Yang ketiga siaran berita/*press release* sebaiknya dibuat dengan mengikuti pola penulisan berita 5W+1H. Polda DIY dalam hal ini juga memasukkan unsur 5W+1H dalam penulisan *releasenya*, unsur ini juga sesuai seperti apa yang menjadi idealitas kebijakan press relase Mabes Polri yaitu Materi siaran pers harus menjawab 6 pertanyaan kunci 5W+1H.

Yang ke empat alinea pertama harus memberi tau apa yang terjadi, dimana terjadi, mengapa terjadi, siapa yang terlibat kejadian tersebut, kapan terjadi, bagaimana kejadiannya, alinea selanjutnya harus mendukung informasi yang ada pada alinea awal, alinea yang terakhir berisi ringkasan dari keseluruhan informasi. Sedangkan Polda DIY Pada alinea pertama memuat pembukaan tentang peristiwa, pada alinea kedua dan selanjutnya memuat isi tentang peristiwa, pada alinea akhir memuat penutup tentang peristiwa. Sehingga pada point yang ke empat ini Polda DIY telah sesuai dengan idealitas penulisan *release*.

Selanjutnya yang kelima adalah Sebut nama lengkap organisasi di awal siaran, lengkap dengan logonya. Sesudah itu, nama dapat ditulis pada bentuk permulaannya (*initial*). Pada point ini juga sesuai dengan Polda yaitu sama-sama menulis nama lengkap kesatuan (tidak disingkat)

Yang ke enam judul harus menarik perhatian dan mewakili isi berita. Polda DIY dalam buku Pedoman tugas humas dari Mabes Polri memiliki kebijakan

pembuatan judul dalam bentuk frasa pendek (sekitar 5 kata) yang merangkum keseluruhan isi siaran pers. namun kenyataannya masih terdapat beberapa judul naskah *press release* yang menggunakan lebih dari 5 kata namun tetap merangkum keseluruhan isi *release*.

Dan yang terakhir adalah cantumkan satu atau dua nama yang bisa di hubungi lebih lanjut (*contact person*), beserta data lengkapnya misal jabatannya. Hal ini belum sesuai dengan Polda DIY karena tidak semua *press release* yang ada mencantumkan nomor kesatuan atau kontak person. Hanya pada naskah *release* tertentu yang mencantumkan nomor telepon.

Berbeda lagi dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kinanthi Tyas Andhini tentang Strategi Hubungan Media Pemerintah Daerah Dalam Pencitraan Institusi di Humas Setda Rembang. Kebijakan penulisan *press release* Humas Setda Rembang sedikit berbeda dari apa yang penulis kemukakan mengenai kebijakan penulisan *release* humas Polda DIY. Kebijakan penulisan *release* Garuda adalah sebagai berikut:

- Menulis *press release* seperti halnya wartawan menulis berita langsung (*straight news*)
- Menggunakan gaya piramida terbalik (*inverted pyramid*).
- Dimulai dengan lead berita sebagai paragraph pertama yang mengandung unsur 5W+1H.
- Menentukan jenis *press release*, rata-rata jenis *press release* Garuda adalah *Basic Publicity Release*.
- *Press release* Garuda pada paragraf pertama berisi informasi yang diperoleh dari pengumpulan fakta di lapangan. Paragraf selanjutnya mengembangkan isi informasi paragraf pertama dan paragraf terakhir merangkum keseluruhan isi *press release*.

Jadi kebijakan penulisan *press release* Polda DIY dan Garuda terdapat beberapa perbedaan, akan tetapi pada kedua *press release* tersebut intinya sama

yaitu sama-sama memberikan informasi kepada publik agar kebutuhan informasi publik akan instansi masing-masing dapat terpenuhi

3. Analisis Mekanisme Penulisan Press Release

Penulisan *press release* pada dasarnya tidak terjadi dengan sendirinya. Ada proses yang terdiri atas tahapan yang mesti dipersiapkan dengan tekun. Betapa pun sederhana berita yang hendak disampaikan, mutlak memerlukan data. Rhenald Kasali (2006: 164-169) menyebutkan ada 3 tahapan proses penulisan untuk *public relations*, diantaranya adalah perencanaan, penulisan dan evaluasi.

a. Perencanaan

Dalam membuat suatu tulisan, proses perencanaan dimaksudkan untuk mengendalikan ide (*controlling idea*) agar tulisan tidak melantur terlalu lebar kehilangan fokus. Oleh karenanya dalam point perencanaan ini pertama-tama seorang praktisi PR harus menetapkan isu apa saja yang hendak dilempar kepada publiknya.

Pada humas Polda DIY tahap perencanaan adalah tahap dimana sebelum melakukan proses penulisan, penulis *press release* mencari informasi berupa data, kasus/isu yang sedang terjadi di lingkup Polda DIY. Informasi tersebut didapat dari berbagai macam divisi yang ada di Polda DIY terutama divisi yang mempunyai informasi yang dapat dijadikan bahan penulisan *press release*. Hal ini juga dinyatakan oleh Kaurpenum humas Polda DIY AKP S Sumarsih yaitu,

“mencari materi berita keluar dari divisi humas Polda DIY adalah awal dari perencanaan kami sebelum menuliskan press release kepada media, kami mencari materi ke divisi-divisi lain yang memiliki informasi terbaru yang tentunya memiliki nilai jual jurnalistik” (Wawancara 15 Mei 2012)

Selain itu *controlling idea* juga dilakukan oleh Polda DIY, hal ini terbukti dari hasil penulis membaca ke 35 naskah *press release*, ditemukan 3 topik kategori yang menjadi batasan agar pembahasan *press release* tetap

fokus. 3 kategori tersebut adalah info baru kegiatan internal lembaga, info baru untuk masyarakat dan info pengungkapan kasus/pembantahan kasus.

b. Penulisan

Dalam hal penulisan naskah *public relations* penting sekali mengendalikan bahan agar sebelum penulisan diperoleh informasi yang optimal dan relevan. Oleh karena itu hal yang pertama dilakukan dalam point penulisan ini adalah menetapkan Strategi Pesan Penulisan, setidaknya terdapat 5 strategi dalam merumuskan pesan tulisan yaitu:

1. Strategi Informasi
2. Strategi Argumentasi
3. Strategi Citra (*Image*)
4. Strategi Emosional
5. Strategi Menghibur (*Entertainment*)

Dari kelima strategi di atas yang paling tepat dengan humas Polda DIY adalah strategi informasi dan strategi citra (*images*). Strategi informasi, sudah jelas alasannya bahwa Polda DIY adalah institusi yang melayani masyarakat berbasis hukum dimana audience menginginkan informasi/pengungkapan secara langsung berupa fakta-fakta yang ada.

Sedangkan strategi citra (*image*) juga strategi yang paling tepat, karena pada saat ini Polda DIY yang merupakan bagian dari tubuh Polri sedang mengalami krisis kepercayaan publik, dimana banyak oknum-oknum polisi yang menyalahgunakan wewenang sehingga Polri merasa perlu memperbaiki citra institusi melalui serangkaian kegiatan positif untuk mengangkat citranya kembali.

Sedangkan dalam hal penulisan press release berikut ini adalah hal-hal yang diperhatikan oleh humas Polda DIY dalam penulisan *press release* menurut hasil pengamatan dan wawancara penulis dengan AKP S Sumarsih

dan Kabid Humas Polda DIY AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si sebagai berikut:

- Penulisan *release* dengan memasukkan unsur 5W+1H
- Menggunakan teknik penulisan *inverted pyramid* (lead,tubuh,ekor):
 1. Paragraph awal (lead): menjelaskan 5W+1H
 2. Paragraph lanjutan(tubuh): menjelaskan lebih detail paragraph awal
 3. Paragraph akhir (ekor): rangkuman *release* yang memperkaya informasi keseluruhan *release*.
- Tidak menggunakan bahasa-bahasa atau kode/sandi yang dipakai kepolisian untuk dimasukkan ke dalam *relase*. Karena dapat dipastikan masyarakat tidak paham dengan apa yang dimaksud.
- Lebih menonjolkan seni dalam menulis, bahasa yang digunakan tidak bahasa baku, namun lebih kepada bahasa sehari-hari yang dipahami publik.
- Membuat judul yang menarik.
- Memberikan kesempatan kepada wartawan untuk mengkroscek kebenaran informasi *release* yang dikirim terutama jika masih membutuhkan informasi tambahan.

c. Evaluasi

Pada tahap evaluasi seorang praktisi *public relations* juga perlu memantau pemuatan tulisan di media massa. Pemantauan akan meliputi hal-hal seperti, jumlah media yang memuat tulisan/publikasi, kadar kesalahan penulisan, kelengkapan informasi dan lain sebagainya.

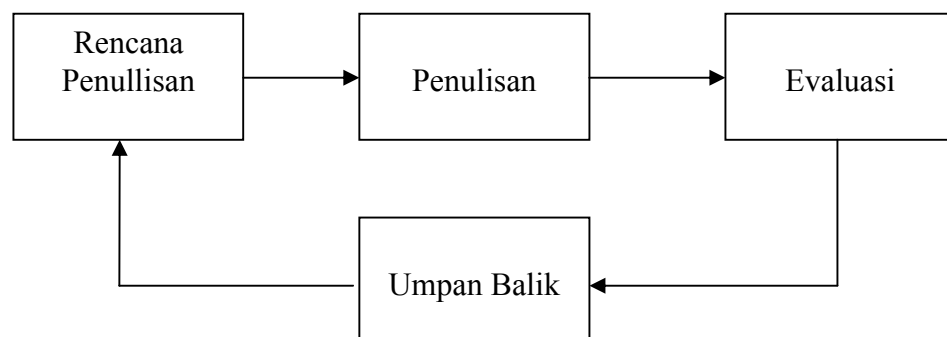
Rhenald Kasali menjelaskan bahwa hasil evaluasi sebaiknya dalam bentuk tertulis sehingga praktisi PR selalu dapat membuka kembali filenya di kemudian hari. Hasil evaluasi akan selalu bermanfaat bagi penyusunan rencana berikutnya (2006: 168-169).

Evaluasi humas Polda DIY ditangani oleh bagian Monitoring, dimana dalam pengevaluasian *press release* ini diadakan setiap 6 bulan sekali bersamaan dengan pengevaluasian seluruh kegiatan *media relations* di luar *press release*. Evaluasi yang dilakukan oleh bag.monitoring berupa kliping dimana kliping tersebut berisi kumpulan berita dari media cetak hasil dari pengiriman *press release* yang kemudian termuat. Hal sama juga disampaikan oleh Kaurpenum humas Polda DIY AKP S. Sumarsih bahwa evaluasi di adakan setiap 6 bulan sekali bersamaan dengan evaluasi seluruh kegiatan *media relations* Polda DIY, evaluasi menggunakan teknik klipping berita media cetak.

Dari ketiga tahap proses penulisan yang telah dijelaskan di atas mulai dari perencanaan, penulisan, hingga evaluasi, pada dasarnya tidak jauh beda juga dengan mekanisme penulisan *press release* yang dilakukan oleh humas Polda DIY. berikut ini adalah bagan mekanisme penulisan *press relase* humas menurut Rhenald Kasali adalah sebagai berikut

Bagan 4.1

Hubungan antara rencana penulisan, penulisan, dan evaluasi



Sumber: Rhenald Kasali, Manajemen Public Relations 2006: 169

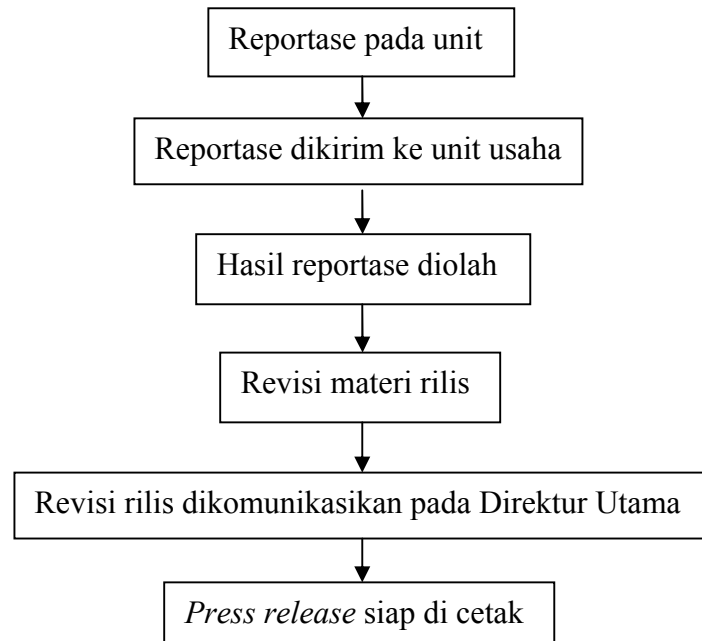
Dari bagan di atas dapat dijelaskan bahwa penulisan naskah public relations dimulai dari perencanaan penulisan dimana telah dijelaskan pada point perencanaan di atas bahwa perencanaan dimulai dari menetapkan informasi/isu apa saja yang hendak ditulis. Hal ini sama dengan apa yang di Polda DIY hal

pertama yang dilakukan dalam perencanaan adalah pencarian materi berita untuk menfokuskan apa yang akan dibahas, pencarian materi di dapat dari divisi-divisi lain selain humas yang ada di Polda DIY seperti Dit Intelkam, Dit Samapta, Res Narkoba, Densus 88 AT, Dit Lantas, dan lain-lain yang memiliki informasi bernilai berita. Dari 35 press release Polda DIY selama tahun 2011 terdapat 3 kategori informasi yang sering disajikan pada penulisan press relase yaitu info baru kegiatan internal lembaga, info baru untuk masyarakat dan info pengungkapan kasus/pembantahan kasus.

Proses yang kedua adalah penulisan, pada point ini Kasali menjelaskan bahwa seorang praktisi PR penting sekali mengendalikan sumber-sumber bahan penulisan agar diperoleh informasi yang optimal dan relevan sehingga dalam hal penulisan hendaknya menetapkan strategi pesan penulisan. Di antara 5 strategi pesan penulisan press release Polda DIY termasuk dalam stretegi Informasi dan Strategi Citra (*image*), strategi ini tepat untuk Polda DIY karena polda DIY merupakan institusi berbadan hukum sehingga otomatis *audience* menginginkan pengungkapan kasus atau fakta secara langsung. Sedangkan strategi citra karena jelas beberapa taun terakhir citra Polri sedang mengalami penurunan.

Proses yang ketiga adalah evaluasi Pemantauan akan meliputi hal-hal seperti, jumlah media yang memuat tulisan/publikasi, kadar kesalah penulisan, kelengkapan informasi dan lain sebagainya hasil evaluasi sebaiknya dalam bentuk tertulis sehingga praktisi PR selalu dapat membuka kembali filenya di kemudian hari. Dalam kegiatan evaluasi Polda DIY memakai cara mengkliping berita di media cetak terkait Polda DIY terutama berita hasil kiriman press release humas Polda yang termuat di media.

Berbeda lagi dengan hasil laporan praktik kerja lapangan yang dilakukan oleh Nur Aida Asti Wandasari di Unit Usaha Margaria Group. Adapun proses pembuatan press release Margaria Group adalah sebagai berikut:

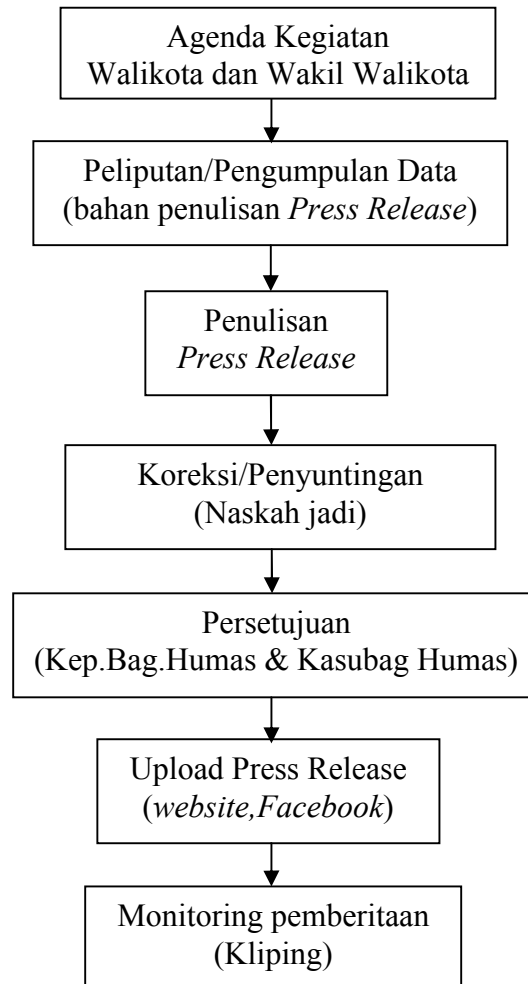


Bagan 4.2 mekanisme penulisan *press release* Margaria Group

Mekanisme pengiriman *press release* humas Polda DIY dengan Margaria group terdapat beberapa perbedaan, yaitu terletak pada tahapan materi release di Margaria group dikomunikasikan kepada narasumber, sedangkan di humas Polda tidak terdapat tahap pengkomunikasian materi *release* kepada nara sumber, selain itu di humas Polda DIY juga tidak terdapat revisi materi *release* seperti yang ada di Margaria group. Namun pada Margaria group tidak terdapat tahapan evaluasi apakah *release* dimuat di media atau tidak, apabila humas Polda mekanisme penulisan release terdapat evaluasi mengenai hasil pengiriman *release* apakah dimuat atau tidak.

Sedangkan ada satu lagi hasil laporan praktik kerja lapangan yang dilakukan Rr. Rindang D. Sekaringnastiti di Pemerintahan Kota Jogja. Sekaringnastiti melaporkan proses pengolahan informasi menjadi berita di *website*, dimana pada pengolahan informasi tersebut *press release* termasuk dalam informasi yang dikelola menjadi berita yang di muat di *website* pemkot Jogja. Beda dari Margaria group dan humas Polda, pada laporan ini *press release* di muat di laman pemkot Jogja sendiri yang kemudian, *press release* tersebut di *copy* oleh wartawan dan

pada akhirnya dimuat dimedia. Berikut ini adalah mekanisme pengelolaan *press release* di *website* Pemkot Jogja:



Bagan 4.3 mekanisme pengiriman *press release* ke website Pemkot Jogja

Dari bagan tersebut yang membedakan dengan Polda DIY adalah koreksi/penyuntingan ulang pada naskah *press release*, di humas Polda tidak terdapat koreksi/penyuntingan ulang, hanya saja naskah *press release* diperiksa oleh Kabid humas yang kemudian dilanjutkan dengan penandatanganan *press release*.

4. Analisis Mekanisme Pengiriman Press Release ke Media

Pengiriman *press release* ke media adalah hal yang tak boleh diremehkan, karena jika naskah *press release* tidak segera dikirimkan maka dapat dipastikan

press release tidak akan termuat dikarenakan berita yang dikirim sudah basi atau berita sudah kadaluarsa.

Abdullah (2000: 84) mengatakan bahwa yang dinomorsatukan oleh wartawan atau redaktur dalam menilai sebuah peristiwa yang akan menjadi berita adalah nilai jual jurnalistiknya. Hal serupa diberlakukan pula kepada *release* yang masuk yang dikirimkan oleh lembaga humas, atau materi sebagai jumpa pers, juga kegiatan khusus (*special event*) hingga hasil wawancara dengan narasumber.

Nilai berita tak akan ada artinya jika press release yang dikirimkan sudah melewati batas waktu atau kadaluarsa, oleh sebab itu pengiriman naskah *press release* kepada media menjadi penting untuk diperhatikan. beberapa hal penting dalam menunjang pengiriman press release kepada media massa yang perlu diperhatikan menurut Abdullah (2000: 84) sebagai berikut:

- Kirimkan secepat mungkin. Artinya kegiatan berlangsung hari itu, maka kirimkan hari itu juga. Jangan menunda hingga esok harinya kecuali jika pelaksanaannya adalah malam hari.
- Jika pengirim siaran pers sudah mengenal nama wartawan sesuai bidangnya, maka tujukanlah pada wartawan yang dikenal.
- Pengiriman bisa pula melalui faksimili (atau *e-mail*)
- Jika melampirkan foto atau cetakan berwarna atau contoh produk, lebih baik melalui kurir.
- Konfirmasikan kembali melalui telepon, apakah siaran pers tadi sudah diterima atau belum.

Selanjutnya pada point ke dua menurut Abdullah di atas yang menjelaskan bahwa jika pengiriman siaran pers sudah mengenal nama wartawan, maka tujukanlah pada wartawan yang dikenal. Hal ini juga berkaitan dengan adanya pendapat Yosol Iriantara bahwa menjalin hubungan baik dengan wartawan

penting karena akan memudahkan kita untuk menyampaikan informasi, oleh karena itu perlu adanya penyusunan daftar media (2005: 161).

Daftar ini akan sangat membantu memudahkan pekerjaan praktisi humas. Daftar ini bisa dibuat dalam bentuk konvensional yang menggunakan kertas dan pensil tapi bisa juga dibuat dalam daftar digital yang disimpan dalam *harddisk* komputer. Dari daftar media tersebut dapat disusun semacam format standar yang berisikan informasi-informasi dasar dan penting yang bisa digunakan untuk berhubungan dengan media massa tersebut. Format standar itu biasanya berisi informasi nama media, alamat lengkap, contact person, wilayah edar/cakupan, wartawan yang bisa dihubungi dan seterusnya (Iriantara Yosol, 2005: 160-161).

Mekanisme pengiriman press release ke media massa di humas Polda DIY sendiri dijelaskan oleh kabid humas Polda DIY AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si bahwa pengiriman dalam waktu yang cepat merupakan strategi pengiriman press release yang dilakukan Polda DIY. Humas Polda DIY juga memanfaatkan teknologi untuk proses pengiriman *press release* biasanya mereka mengirimkan press release melalui *email*, *fax* dan terkadang di antar sendiri ke redaksi media. Naskah *press release* oleh humas Polda DIY juga sering ditujukan kepada wartawan yang dikenal, hal ini menurut Kabid Humas hasil dari hubungan yang terjalin dengan baik antara humas Polda dan media, sehingga dalam pengiriman *press release* sering kali langsung ditujukan kepada wartawan yang sudah dikenal dan sesuai dengan bidangnya. Setelah *press release* dikirim humas Polda DIY juga berusaha menghubungi pihak media apakah naskah *press release* sudah diterima ataukah belum, hal tersebut dilakukan untuk konfirmasi memastikan naskah sudah sampai di meja redaksi.

Kabid humas Polda DIY juga menambahkan bahwa dalam penulisan *press release* tersebut tidak serta merta menjadi sumber informasi utama bagi wartawan, sehingga humas Polda DIY selalu melayani wartawan jika masih

memerlukan informasi tambahan walaupun *press release* sudah kami kirim ke media. Sehingga informasi yang nantinya akan diterbitkan akan semakin akurat dengan adanya informasi tambahan. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan Abdullah bahwa intinya keberhasilan *press release* terletak pada nilai berita dan kecepatan pengiriman *press release* kepada media massa tentunya dengan mekanisme pengiriman cepat baik melalui kurir ataupun menggunakan teknologi *email, fax*, atau copy CD, kemudian dikirim kepada wartawan yang dikenal dan mencantumkan data/foto jika ada serta melakukan konfirmasi apakah *release* yang dikirim sudah diterima atau belum. Berikut ini tabel hasil penelitian mekanisme pengiriman *press release* yang dilakukan penulis.

Tabel 4.1 pengiriman *release* ke media

Jenis Media	Cara Pengiriman Press Release
Radio	Email, Fax, diantar ke redaksi (kurir)
Televisi	Email, Fax, diantar ke redaksi (kurir)
Media cetak	Email, Fax, diantar ke redaksi (kurir)
Media online	Email

Untuk menjalin hubungan baik dengan wartawan, humas Polda DIY juga memiliki data berupa tabel yang berisi nama media, nama wartawan dan alamat kantor redaksi. Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat 13 daftar nama wartawan radio beserta alamat redaksi, kemudian 14 daftar nama wartawan televisi beserta alamat redaksi, 16 daftar nama wartawan media cetak beserta alamat redaksi dan 3 daftar nama wartawan media online beserta alamat redaksi.

Dari hasil laporan praktik kerja lapangan Nur Aida Asti Wandasari pengiriman *press release* ke media tidak jauh beda dengan yang dilakukan oleh humas Polda. Kedua instansi ini memanfaatkan teknologi untuk mengirimkan naskah *press releasenya* ke media yaitu melalui email dan faksimili, terkadang *release* Margaria group juga dibagikan saat jumpa pers atau pada saat event digelar apabila Polda DIY selain memanfaatkan teknologi juga memanfaatkan

wartawan yang sudah dikenal sehingga naskah *press release* langsung ditujukan kepada wartawan tersebut dengan bantuan jasa kurir.

Sedangkan hasil laporan praktik kerja lapangan Rr.Rindang D. Sekarignastiti melaporkan bahwa naskah berita yang sudah jadi kemudian langsung di upload ke website Pemkot Jogja (jogjakota.go.id) dan di Facebook Pemkot Jogja (Humas Kota Yogyakarta). Sehingga bagi wartawan yang membutuhkan informasi tambahan/pendukung sebagai sumber sekunder data guna penulisa berita dapat memperoleh informasi dari *press release* yang sudah di upload di website maupun Facebook. Perbedaan dengan humas Polda adalah humas Pemkot Jogja memanfaatkan media online website dan facebook sebagai sarana penyebaran release kepada media sedangkan Polda menggunakan media online namun bukan website melainkan email serta melalui faksimili dan kurir.

5. Analisis Evaluasi *Press Release*

Evaluasi pada dasarnya menjadi hal yang tidak terpisahkan dari proses manajemen karena akan memberikan kesimpulan mengenai keberhasilan program yang dijalankan. Proses evaluasi sendiri dapat dilakukan melalui tiga tahapan menurut Baskin dan Aronoff (dalam Prayudi, 2007: 153-154):

a. *Implementations checking*

Terlepas dari selengkap apapun proses perencanaan, penting untuk menentukan perbedaan antara implementasi yang direncanakan (*Planned*) dan yang sesungguhnya (*actual*). Perubahan dari rencana awal harus dianalisis dan dijelaskan sehingga keputusan dapat di ambil untuk mengubah rencana atau mengoreksi perbedaan.

Dalam hal *implementations cheking* humas Polda DIY hanya melakukan perbandingan antara jumlah pengiriman naskah *press release* ke media dengan jumlah media yang memuat naskah *press release*. Sehingga dalam hal *Planned* humas Polda merencanakan terlebih dahulu berapa jumlah naskah *press release* yang akan dikirim ke media dan

harapan jumlah *press release* yang akan dimuat di media sehingga hasilnya dapat mencapai target yang diinginkan artinya jika *press release* yang dikirim dalam sehari ke 5 media maka Polda DIY berharap 5 media tersebut jugalah yang akan memuat *press release* yang dibuat. Sedangkan sesungguhnya (*actual*) yang terjadi dari hasil pengamatan penulis yang sudah dibahas pada bab III adalah selama tahun 2011 hanya ada dua tanggal dimana antara jumlah *press release* yang dikirim dan jumlah harapan *press release* yang dimuat di media dapat sesuai yang dengan harapan, yaitu:

- Tanggal 17 November 2011
Press release dikirim ke 2 media yaitu Bernas dan Harjo dan dimuat juga di 2 media tersebut sehingga hal ini sesuai dengan apa yang diharapkan humas Polda DIY.
- Tanggal 22 Agustus 2011
Press release yang dikirim ke 2 media yaitu Sindo dan Bernas dan dimuat juga di 2 media tersebut sehingga hal ini sesuai dengan apa yang diharapkan humas Polda DIY

b. *In-progress monitoring*

Secara periodik selama pelaksanaan program, aksi yang dilakukan harus dinilai, jika perlu diubah. Penilaian tersebut dapat direncanakan dalam interval tertentu untuk menentukan keefektifan program dalam pencapaian *objectives*. Hasil yang tidak terantisipasi dapat dinilai dan di masukkan ke dalam evaluasi. Monitoring teratur membantu menentukan mengapa beberapa hasil secara signifikan berbeda dari rencana awal.

Polda DIY sendiri dalam hal monitoring mempunyai divisi sendiri yang bertugas memonitor pemberitaan yang ada di media, baik berita yang dikirim melalui *press release* ataupun berita yang non *press*

release yaitu divisi Monitoring yang dipimpin oleh Kaur Monitoring AKP S. Utami DH, S.Sos.

c. ***Outcome evaluation***

Tahap akhir adalah menilai hasil akhir program. Hasil *objectives* dibandingkan untuk menentukan perubahan. Pada tahap ini, seluruh evaluasi menjadi penting diimplementasikan dan untuk menginterpretasikan hasil. Laporan evaluasi yang berisi informasi tersebut disampaikan dalam pengambil keputusan yang tepat bersamaan dengan saran untuk perencanaan yang akan datang. Pada tahap ini humas Polda DIY mengevaluasi dari seberapa banyak media yang memuat hasil penulisan *press releasenya* selama 6 bulan sekali sepanjang tahun 2011 dengan cara mengkliping berita yang ada di media sehingga Polda DIY dapat menilai keberhasilan penulisan *press release* dari banyaknya berita yang ada di media massa.

Selain itu pada dasarnya ada beberapa ragam metode yang digunakan oleh praktisi untuk melakukan evaluasi terhadap program-program PR. Prinsipnya, semakin praktisi publik dapat secara kuantitatif dan kualitatif mengukur hasil kerja mereka, maka akan semakin baik pula perencanaan program berikutnya dan itu menunjukkan kemampuan mereka di pihan manajemen atau pengambilan keputusan dalam organisasi. Berikut ini adalah beberapa jenis dimensi pengukuran yang dapat di aplikasikan untuk menilai dampak kampanye PR menurut Prayudi (2007: 156-161):

- a. Data sekunder
- b. Studi kasus
- c. Tes kemampuan membaca (*Readability*)
- d. Media monitoring
- e. Analisis isi media

- f. *Advertisisng Value Equivalentents (AVE)*
- g. *Focus group discussion*
- h. *Audience coverage*
- i. *Audience response*

Dari sembilan macam jenis dimensi pengukuran hanya satu yang dilakukan oleh humas Polda DIY yaitu media monitoring, karena dalam hal ini humas Polda DIY menggunakan metode dengan membuat kliping koran, transkrip dan rekaman siaran. Namun yang di dapat oleh penulis hanya data kliping koran/media cetak saja. Data ini akan menunjukkan seberapa banyak peliputan berhasil dicapai. Kegiatan evaluasi yang dilakukan personil humas dengan memilih dan memilah data berita tentang Polda DIY atau berhubungan dengan Poda DIY yang ada di media cetak dilakukan dengan cara menggunting, mengkompulir dan mempoto copy menjadi sebuah buku untuk distribusi kepada pimpinan Pori dan para Kasatker. Persiapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mempersiapkan media cetak yang akan dijadikan bahan klipping
2. Mempersiapkan ruangan, meja, gunting, kertas dan alat tulis kerja lain.
3. Menentukan personil klipping untuk melakukan pengguntingan per media cetak.
4. Membuat daftar pejabat Polda yang akan menerima klipping.
5. Menyiapkan buku ekspedi pengiriman
6. Menyiapkan cover klipping

Pelaksanaan:

1. Personil klipping melalukan pengguntingan media cetak sesuai pembagian tugas.

2. Setelah dilakukan pengguntingan segera dilakukan pemilahan untuk dilakukan penyusunan.
3. Memperbanyak klipping yang sudah tersusun dengan cara memfoto copy.
4. Mendistribusikan kepada pimpinan Polda dan para kasatker.

Menurut Prayudi (2007: 157) metode jenis ini hanya menekankan pada evaluasi secara kuantitatif dan tidak menunjukkan pencapaian hasil kualitas liputan. Klipping dan transkrip hanya memainkan peran kecil untuk mengukur output dari program PR. Dalam pandangan pendekatan kualitatif, jumlah yang banyak tidak lantas menunjukkan peliputan yang baik terhadap organisasi. Pandangan negatif dan positif menyatu dalam tumpukkan kliping media cetak.

Pada hasil praktik kerja lapangan Rr. Rindang D. Sekaringnastiti dan Nur Aida Asti Wandasari serta hasil penelitian Ramadani Syah Fitri memiliki kesamaan dengan humas Polda DIY dalam hal pengevaluasian press release yaitu sama-sama menggunakan teknik klipping media cetak khususnya pada pemberitaan yang memuat hasil kiriman *pres release*.

6. Analisis Press Release Polda DIY tahun 2011

Salah satu kunci sukses berhubungan dengan media massa (cetak maupun elektronik) adalah sikap proaktif organisasi/perusahaan sebagai sumber berita untuk mengundang wartawan media massa. Ada banyak cara untuk berhubungan dengan media, yakni membuat *press release*, mengadakan konferensi pers, wawancara khusus, *press tour*, dll.

Menurut Prayudi (2007: 38) *press release* adalah sebuah naskah sederhana yang bertujuan menyebarkan informasi kepada publik melalui media massa. Dengan kata lain, *press release* merupakan suatu bentuk standar komunikasi organisasi dengan media. Menurut Thomas Bivins (dalam Kriyatono, 2008: 140) terdapat tiga jenis *press release* berdasarkan topic (*key-issue*) yaitu:

1. Basic Publicity Release

Topic press release jenis ini adalah segala informasi yang dinilai mengandung nilai berita bagi media massa. Praktisi PR harus pandai dalam “membuat berita”, contohnya dengan cara membuat *event-event* yang menarik, melakukan CSR.

2. *Produk Release*

Press release ini berisi informasi tentang produk perusahaan, misalnya peluncuran produk baru, perubahan nama produk, dan lainnya. Jenis release ini biasanya lebih terbatas pada media-media ekonomi bisnis.

3. *Financial Release*

Tidak semua perusahaan menganggap penting informasi jenis ini. Informasi keuangan biasanya dianggap tabu untuk menjadi konsumsi umum. Namun dewasa ini publik pun juga berhak disodori informasi keuangan. Informasi ini akan menjadi penilaian publik tentang kredibilitas perusahaan.

Terkait *press release* humas Polda DIY, 35 naskah press releasenya termasuk dalam jenis *basic publicity relese*. Artinya, siaran pers humas Polda DIY mayoritas berisi informasi baru untuk masyarakat. Seperti informasi akan diadakannya operasi penertiban lalu lintas, lomba karya tulis populer dalam rangka hari bhayangkara, pengenalan RTMC Dit lantas Polda DIY ke masyarakat dan lain sebagainya.

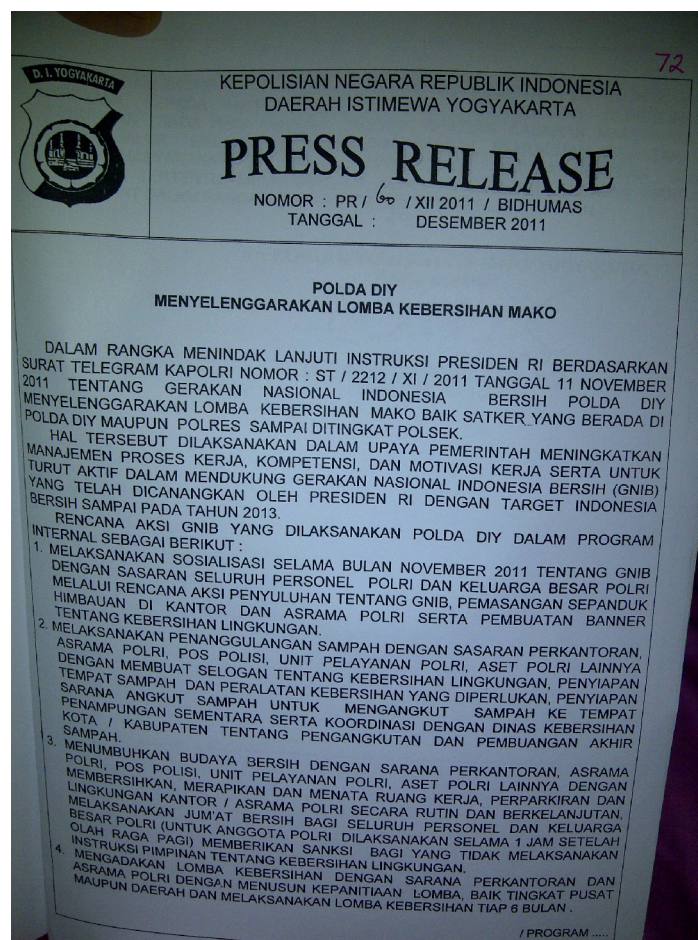
Agar press release yang dikirimkan institusi kepada media massa berkenan disiarkan, maka Onong Uchjana menjelaskan syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam pembuatan press release (2002: 161-162):

a. **Mengandung nilai berita (*news value*)**

Herbert Baus dalam definisinya menegaskan bahwa tugas PR dalam hal menulis press relase adalah memaparkan kisah. Kisah yang mengandung nilai berita adalah kisah mengenai hal atau peristiwa yang

menimbulkan rasa aneh, kagum, heran, dan sebagainya, atau yang luar biasa pertama kali terjadi.

Polda DIY dalam kegiatan penulisan press release dari hasil pengamatan penulis ke 35 naskah selama tahun 2011 mayoritas termasuk dalam press release yang memiliki nilai berita. Namun ada juga press release yang tidak mengandung nilai jual berita seperti contoh press release berikut:



Gambar 4.1 Press Release Desember 2011

Press release di atas tidak diterbitkan oleh media karena menurut penulis informasi tersebut adalah informasi yang kurang bernilai jual bagi media karena nilai berita merupakan standar yang digunakan para pekerja media massa untuk

memeriksa apakah satu informasi itu pantas dipublikasikan atau dibuang (Iriantara Yosol, 2005:194). *Press release* pada gambar 4.1 menjelaskan tentang penyelenggaraan lomba kebersihan mako di lingkungan Polda DIY, pada dasarnya berita tersebut termasuk berita internal perusahaan dan informasi mengenai tentang lomba kebersihan dirasa kurang memiliki nilai jual berita, karena peristiwa itu sudah sering terjadi dimana-mana dan jika dibaca *press release* yang disajikan mulai dari judul hingga isi *press release* sangat standar untuk dibaca, tidak ada hal yang unik dan menarik perhatian pembaca jika diterbitkan.

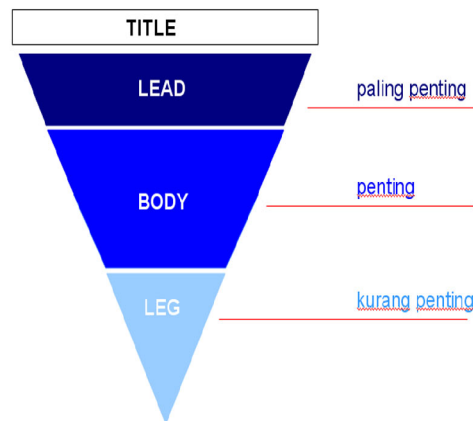
b. Faktanya termasa (*timely*)

Yang dimaksud dengan termasa adalah dalam konteks pemberitaan ialah waktu terjadinya peristiwa yang relatif baru. Ketermasaan atau timeliness suatu berita surat kabar di Indonesia terukur oleh waktu 24jam. Jadi jika suatu peristiwa terjadi kemarin, dan dikirimkan dengan press release kepada media massa hari ini, termasuk berita termasa, namun apabila dikirimkan dua hari kemudian ada kemungkinan press release tersebut dicampakkan oleh media.

Di Polda DIY sendiri dalam melakukan pengiriman press release ke media selalu mengutamakan kecepatan pengiriman. Hal ini sudah dijelaskan di atas pada point mekanisme pengiriman ke media. Pada point tersebut kabid humas Polda DIY sudah menjelaskan bahwa penyampaian *press release* humas Polda DIY agar tersampaikan secara cepat, mereka mengirim melalui berbagai cara, ada yang melalui wartawan yang di undang ke Polda, kemudian melalui email, faxsimile, ada juga jika wartawan yang di undang tidak hadir, maka pihak humas akan memberikan copy press release berupa CD dan *print out press release*, berharap hal demikian dapat memudahkan wartawan untuk mengedit release yang dikirim.

c. **Disusun secara piramida terbalik (*inverted pyramid*)**

Piramida terbalik merupakan istilah jurnalistik, yakni bahwa dalam susuna kisah berita didahulukan segi terpenting atau klimaks, yang disusul berturut-turut oleh bagian yang berkadar semakin rendah: penting, agak penting, kurang penting, dan tidak penting.



Gambar 4.2 Pola Piramida Terbalik

Pada press release humas Polda DIY penulis sudah menganalisis 3 bagian dari piramida terbalik yaitu *lead*, *body text*, dan penutup atau *leg*. Pada bab III penulis membuat beberapa objek penilaian mengenai standar penulisan *press release*.

Objek penilaian yang pertama adalah panjang kata dalam judul. Pemilihan kategori panjang judul (kata) berdasarkan pendapat Ardianto & Soemirat (2004) bahwa judul merupakan komponen penting penulisan *press release*, Soemirat menjelaskan bahwa penulisan judul yang baik adalah singkat, padat dan dapat menjelaskan isi dari *press release*. Oleh karena itu penulis memilih dua kategori di atas untuk dapat mengetahui apakah judul yang dibuat oleh humas Polda sudah sesuai atau belum. Dari hasil pembacaan judul ke 35 *press release* Polda sudah memenuhi standar penulisan judul yang dikemukakan oleh Ardianto Soemirat bahwa dari 35 naskah terdapat 20 naskah yang

memiliki 5-8 kata dalam penulisan judul, sisanya 15 naskah tidak sesuai dengan kaidah penulisan judul yaitu terdapat 9-lebih kata judul yang dibuat.

Objek yang kedua adalah *lead*, dimana diatas sudah dijelaskan bahwa penulisan press release yang baik adalah mengikuti pola piramida terbalik yang terdiri dari lead, tubuh dan ekor. Penilaian berdasarkan lead dinilai dari pendapat dari Ononng Uchjana bahwa ideal penulisan *press release* yang baik ialah yang mengandung keenam unsur tersebut yaitu unsur 5W+1H (2002: 162). Sehingga dari hasil pembacaan ke 35 naskah press release oleh penulis ditemukan 20 naskah yang mengandung keenam unsur dan 15 naskah kurang menjelaskan keenam unsur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penulisan lead humas Polda DY sudah memenuhi kaidah yang ada.

Yang ketiga adalah penulis memillih tiga kategori untuk mengukur apakah tubuh/body text press release Polda DIY sudah kronologis atau belum. Dari hasil pengamatan penulis yang didasari atas pendapat Yosali Iriantara (2005: 202) bahwa bagian selanjutnya setelah lead adalah tubuh/body text dimana di dalam tubuh/*body text* berisi informasi yang mendukung bagian sebelumnya yaitu *lead*, akan tetapi pada tubuh/body text penulisan informasinya lebih terperinci/lebih kronologis. Dari 35 naskah terdapat 31 naskah press release yang tubuh/*body text*-nya kronologis sedangkan sisanya 4 naskah termasuk dalam penulisan tubuh/*body text* yang kurang kronologis. Sedangkan dalam pengamatan ini penulis tidak menemukan naskah *press release* yang tidak kronologis dalam penulisannya. Itu artinya tubuh/body text yang disajikan di *press release* oleh Polda DIY sudah kronologis sesuai dengan kaidah penulisan tubuh/*body text*.

Yang keempat adalah penilaian penulis tentang Ekor/penutup. Ekor/penutup adalah rangkuman dari keseluruhan isi *press release* sehingga dapat memperkaya informasi yang disampaikan, Yosali Iriantara menjelaskan pada bagian ekor/penutup ini diuraikan perincian informasi yang dipandang kurang penting namun memperkaya informasi. Kurang penting disini maksudnya, seandainya ruang/waktu yang tersedia tidak memadai dan redak memotong berita, maka bagian yang kurang penting itulah yang dipotong (2005: 202-203). Sehingga untuk mengukur ekor/penutup *press release* Polda DIY sudah sesuai atau belum, penulis memakai 3 kategori yaitu memperkaya, kurang memperkaya informasi dan tidak memperkaya informasi. Dari hasil pengamatan penulis, total keseluruhan 35 naskah *press release* humas Polda tahun 2011 terdapat 34 naskah *press release* yang tulis humas Polda DIY yang ekor/penutup *press releasenya* memperkaya informasi, dan 1 naskah kurang memperkaya informasi. Sedangkan dalam pengamatan penulis tidak terdapat naskah *press release* yang tidak memperkaya informasi.

Dan yang kelima adalah penilaian tentang foto dan data pendukung yang dicantumkan Polda DIY pada naskah *press release*. Penilaian ini berdasarkan pendapat Yosali Iriantara (2005: 206) bahwa sebagai informasi tambahan yang kiranyaa dapat diperlukan untuk memperkaya siaran pers tersebut biasanyaa dilampirkan juga kumpulan data atau foto yan berkaitan dengan informasi yang disampaikan melalui siaran pers. dari data yang diperoleh, hanya 10 naskah *press release* saja yang mencantumkan data/foto sisanya 25 naskah tidak mencantumkan data pendukung/foto.

d. Mengandung rumus 5W+1H

Dalam dunia jurnalistik dikenal dengan rumus 5W+1H dimana rumus tersebut juga digunakan sebagai syarat penulisan press release.

Rumus tersebut singkatan dari:

1. *What* (Apa) : Apa yang terjadi?
2. *Who* (Siapa) : Siapa yang terlibat?
3. *Where* (dimana) : Dimana terjadinya?
4. *When* (kapan) : Kapan terjadinya?
5. *Why* (kenapa) : kenapa terjadi demikian?
6. *How* (bagaimana) : bagaimana terjadinya?

Pada praktek rumus seperti di atas sesuai dengan penulisan yang ada di Polda DIY, namun mengingat Polda DIY adalah institusi pemerintah berbadan hukum, sehingga dalam penyampaian informasi, misalnya sebuah informasi mengenai pengejaran buronan pembunan, maka Polda DIY tidak serta merta mencantumkan ke enam unsur tersebut, hal ini dikarenakan kehati-hatian Polda DIY dalam menyampaikan informasi kepada publik, apalagi jika masih dalam tahap ungkap kasus, hal ini perlu privasi dan belum boleh disampaikan kepada publik. Namun jika sudah terungkap maka barulah Polda DIY berani mencantumkan ke enam unsur di atas, karena dalam kasus tersebut terkadang tidak semua dari ke enam unsur tersebut dapat terjawab.

Onong Uchjana juga menjelaskan bahwa acap kali unsur *Why* tidak diketahui pada saat peristiwa terjadi, sedangkan mencari sebab-sebab terjadinya peristiwa yang diberitakan itu memerlukan waktu. Oleh karena itu press release tanpa unsur *why* oleh redaksi media massa dimaklumi, sebab banyak juga kisah berita demikian dibuat oleh para wartawan (2002: 162)

e. Disusun dengan kata-kata lazim

Sasaran media massa adalah khalayak heterogen, beraneka dalam banyak hal jenis kelamin, usia, agama, bangsa dan suku bahasa, status sosial, pendidikan, kebudayaan dan lain sebagainya. Sehubungan dengan itu, kisah berita hendaknya disusun dengan bahasa yang sederhana dengan kata-kata lazim, yang umum dikenal oleh masyarakat, yang dapat diserap sekilas baca atau sekilas dengar. Istilah-istilah teknis dan ilmiah yang hanya dikenal oleh sekelompok orang harus dihindarkan.

Polda DIY yang merupakan institusi berbadan hukum pastinya memiliki sandi-sandi tertentu yang orang lain atau pembaca yang belum bisa memahami, namun dalam hal ini humas Polda DIY jika ingin menambahkan keterangan dengan bahasa kepolisian akan ditambahkan pula keterangan penjelasan dari bahasa kepolisian tersebut. Akan tetapi mayoritas dari naskah *press release* yang dihasilkan oleh Polda DIY rata-rata menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pembacanya, karena mudah tulisan untuk dibaca merupakan strategi humas Polda DIY dalam penulisan *press release*. Dari hasil wawancara dengan Kabid humas Polda DIY mengemukakan bahwa,

“terkait penulisan *press release* strategi kita lebih kepada seni menulis, sehingga dengan seni menulis kami berharap artikel tersebut dapat dengan mudah dibaca dan dipahami oleh wartawan dan masyarakat sebagai penerima informasi, karena jika kami tulis dengan bahasa baku kepolisian maka tidak semua orang paham dengan bahasa atau istilah yang kami tulis, jadi seni menulis lebih kami tekankan pada strategi penulisan *press release*” (Wawancara, 15 Mei 2012)

Selanjutnya selain lima syarat penulisan *press release* yang disampaikan Onong Uchjana, jika dilihat dari segi format baku penulisan *press release*, ada beberapa standar penulisan yang tidak diikuti oleh humas Polda DIY. Bivins (dalam Soemirat & Elvinaro, 2008: 60)

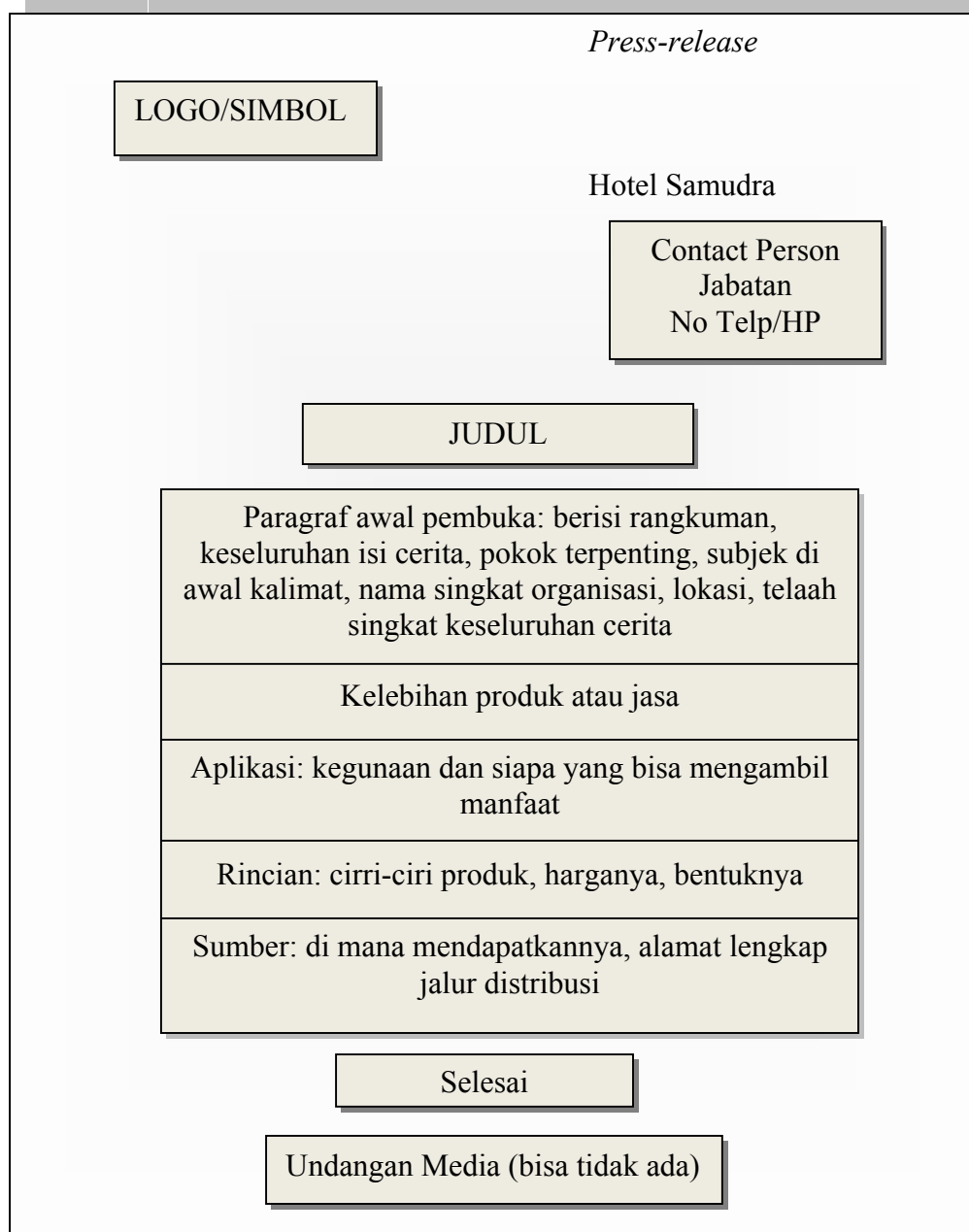
mengemukakan format standar *press release* berdasarkan konvensi para praktisi PR yang tergabung dalam suatu asosiasi berikut:

1. Tipe penulisan *press release* harus jelas, ditulis dikertas surat tanpa hiasan di pinggir kertasnya. *Press release* humas Polda DIY termasuk dalam tipe *basic publicity release*. Berita pers ditulis dengan menggunakan kertas putih tanpa adanya corak apapun. Dalam format ini, Garuda telah memenuhi standar *press release*.
2. Margin adalah satu untuk satu dan setengah inci untuk semua bagian. Namun, pada *press release* humas Polda DIY margin satu untuk beberapa bagian dan lebih dari satu inci untuk bagian lainnya. Untuk format margin, Polda DIY tidak mengikuti aturan format *press release*.
3. Alamat pengirim diletakkan di sudut kiri atas halaman pertama. Ditandai dengan block termasuk alamat lengkap, nama kontak person (orang yang bisa dihubungi) biasanya orang yang menulis *press release*, dan nomor telepon, nomor telepon *hotline* yang bisa di hubungi kapan saja (termasuk malam hari). *Press release* Polda DIY tidak memuat alamat pengirim yang diletakkan di kiri atas halaman. Polda DIY dari ke 35 naskah tidak semua naskah *press release* mencantumkan nomor telepon baik person atau *hotline* yang bisa dihubungi oleh media.
4. Tanggal *release* tertera di margin kanan, sedikit kebawah dibandingkan margin bawah alamat yang diblik. Bagian ini memberi kepastian informasi bagi redaksi dan waktu yang tepat untuk pemuatannya. Pada *press release* humas Polda, tanggal *release* tertera di bagian atas kop *release* tepat di atas judul.
5. Penulisan judul ditulis dalam satu spasi dan digaris bawahi. Penulisan judul berita pers humas Polda menggunakan satu

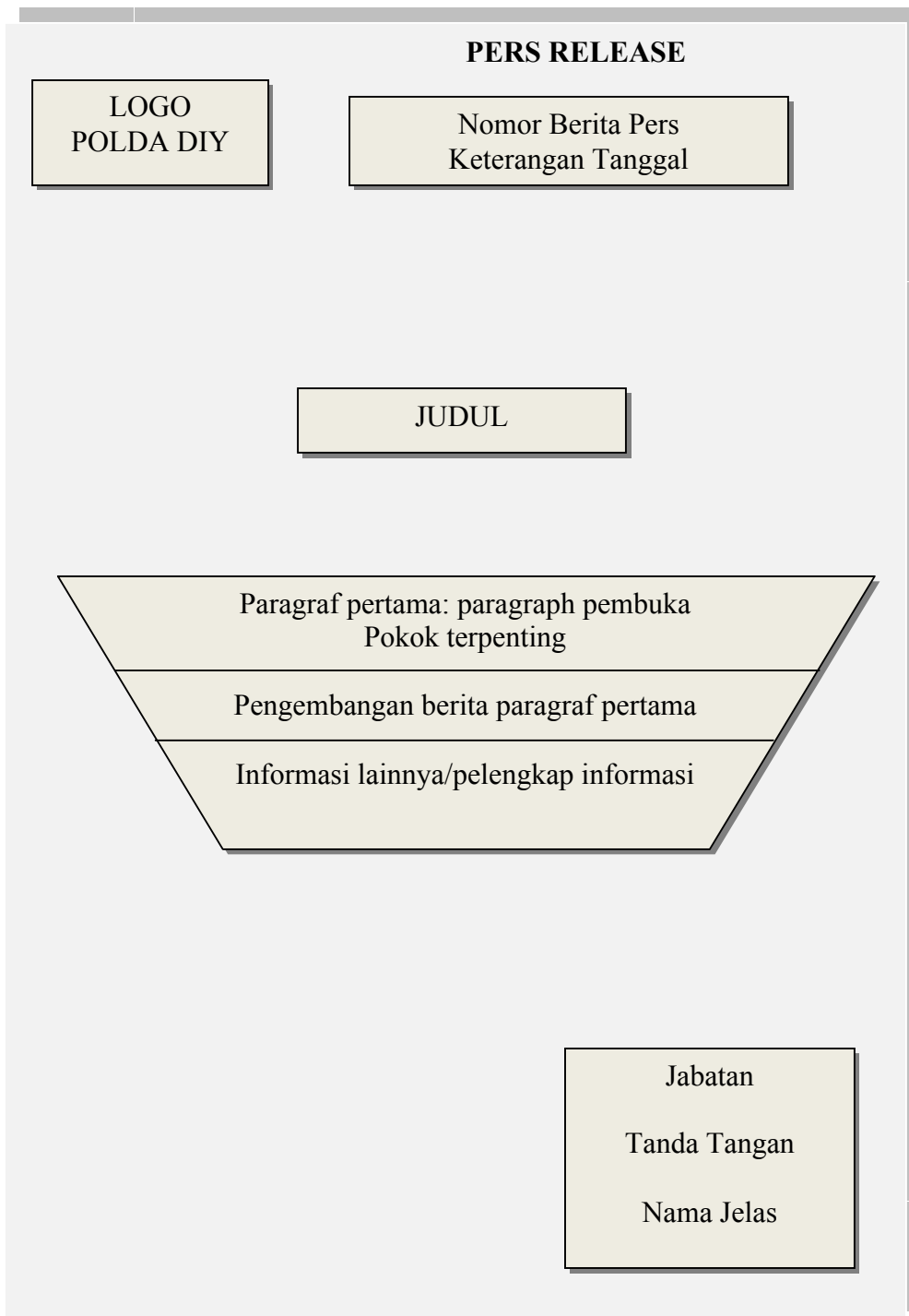
spasi. Namun dari 35 naskah tidak ada beberapa judul yang tidak digaris bawahi ada pula yang digaris bawahi.

6. Tubuh atau uraian *press release* ditulis dalam dua spasi. Humas Polda DIY menggunakan satu spasi untuk menguraikan semua penjelasan dalam berita.
7. Jika lebih dari satu halaman, *press release* dibawah halaman dalam more diletakkan dalam kurung atau tanda garis pisah. *Press release* humas Polda DIY yang lebih dari satu halaman tidak mencantumkan more (lagi-lagi) dan garis pisah yang menyatakan ada halaman berikutnya.
8. Halaman-halaman berikutnya ditandai dengan slug-lina (kode) diikuti beberapa garis pemisah. Nomor halaman pada kiri atas. Pada *press release* humas Polda DIY, tidak menggunakan kode garis pemisah dan menggunakan nomor halaman di bagian tengah atas padahal seharusnya di bagian kiri atas *press release*.
9. Akhir dari suatu tulisan *press release* ditandai dengan beberapa cara misalnya membubuhkan kata “end” (tamat) atau angka “-30-“ atau simbol #####. Dibagian akhir penulisan *press release*, humas Polda juga tidak mencantumkan beberapa tanda pengakhiran seperti contoh di atas.

Dari sembilan pokok format *press release* di atas, humas Polda DIY hanya mematuhi dua tipe format saja. Humas Polda DIY menganggap format baku penulisan *press release* tidak begitu penting untuk dipatuhi. Namun demikian baik gaya penulisan dan format *press release* yang tidak sesuai standar penulisan *press release*, berita yang ditulis humas Polda DIY dalam beberapa kali pengiriman ke media massa tetap efektif digunakan untuk materi publikasi media massa. Terbukti selama tahun 2011 35 kali naskah *press release* di muat di media massa cetak.



Gambar 4.3 Layout *Press-release*



Gambar 4.4 Layout Press Release Polda DIY

Pada penelitian press release yang diteliti oleh Kinanti menjelaskan bahwa press release Humas Setda Rembang biasanya dikirimkan ke media massa berupa berita positif yang dapat memberikan citra positif juga di mata masyarakat serta press release juga digunakan saat Pemkot Rembang sedang mengalami krisis. Adapun kriteria penulisan press release yang digunakan oleh Humas Setda Rembang adalah sebagai berikut;

1. Humas Setda Rembang dalam menuliskan berita selalu mengenai hal atau peristiwa yang mempunyai nilai berita. Humas Setda Rembang beranggapan bahwa jika sebuah *press release* ingin dimuat di media maka harus memiliki nilai jual berita karena selain itu masyarakat cenderung lebih menyukai berita-berita yang berbobot dan memiliki nilai berita.
2. Humas Setda Rembang senantiasa memberitakan berita yang masih baru yaitu pengiriman *press release* dilakukan kurang dari 24 jam agar berita yang ditulis masih terbilang baru.
3. Penulisan *press release* Humas Setda Rembang juga menggunakan pola penulisan piramida terbalik. yang didalamnya juga terkandung unsur 5W+1H.
4. Humas Setda Rembang juga membuat *press release* dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pembacanya tujuannya adalah agar *press release* cepat dipahami karena masyarakat Rembang mayoritas adalah lulusan SMA.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bagian ini berisikan tentang kesimpulan penelitian “Manajemen *Press Release* Humas Polda DIY: Studi pada tahun 2011” yang dibuat sebagai jawaban dari sebuah rumusan masalah dari penelitian ini. Selain itu terdapat juga saran yang dapat dijadikan pelajaran bagi peneliti berikutnya:

a. *Media Relations*

Humas Polda DIY melakukan empat kegiatan media relations yaitu konferensi pers, penulisan *press release*, pembuatan media eksternal dengan cara bekerjasama dengan media massa dan pembuatan *leaflet* dan *booklet*. Sehingga dari ke empat kegiatan media relations tersebut diharapkan dapat dengan efektif menyampaikan informasi kepada publik. Sehingga informasi yang ada dapat tersebar dengan cepat dengan adanya kegiatan *media relations*.

b. Kebijakan Penulisan *Press Release*

Berdasarkan hasil penelitian penulis, diperoleh bahwa humas Polda DIY dalam hal kebijakan mengacu pada Buku yang berjudul ”Buku Pedoman Pelaksanaan Tugas Fungsi Humas di Jajaran Polri” (diterbitkan oleh: divisi hubungan masyarakat Polri, Jakarta: Agustus 2010) dari Mabes Polri, selain buku terdapat kebijakan lokal yang sering dilakukan oleh humas Polda DIY, yaitu yang pertama pembuatan naskah yang jumlah lembarnya tidak harus 2 lembar karena hal ini tergantung dengan informasi apa yang akan disampaikan. Yang kedua adalah pembuatan judul yang tidak memandang panjang atau pendek kata, dalam pembuatan judul humas

Polda DIY lebih kepada pemilihan kata yang dapat mewakili isi dari *press release* yang dibuatnya bukan pada panjang atau pendek kata.

c. Mekanisme Penulisan *Press Release*

Mekanisme penulisan *press release* humas Polda DIY yaitu dimulai dari pencarian materi (termasuk ke divisi-divisi internal Polda DIY), penulisan *press release*, pengajuan naskah *press release* dan di tanda tangani oleh Kabid Humas Polda DIY, kemudian pengiriman naskah ke media, dilanjutkan dengan monitoring pemuatan naskah *release*, dan yang terakhir adalah evaluasi.

Sedangkan hal-hal yang diperhatikan oleh humas Polda DIY dalam penulisan *press release* adalah dengan memasukkan unsur 5W+1H, menggunakan teknik penulisan *inverted pyramid* (lead,tubuh,ekor), tidak menggunakan bahasa-bahasa atau kode/sandi yang dipakai kepolisian untuk dimasukkan ke dalam *release*, lebih menonjolkan seni dalam menulis, bahasa yang digunakan tidak bahasa baku, namun lebih kepada bahasa sehari-hari yang dipahami publik, membuat judul yang menarik, terakhir adalah memberikan kesempatan kepada wartawan untuk mengkroscek kebenaran informasi *release* yang dikirim terutama jika masih membutuhkan informasi tambahan.

d. Mekanisme pengiriman *press release* ke media

Dari mekanisme pengiriman *press release* ke media humas Polda DIY dalam penyampaiannya terbilang cepat, apalagi pengiriman informasi yang cepatlah yang disukai wartawan, dalam mengirimkan *press release* ditinjau dari jenis mediana yaitu televisi, radio, dan cetak dalam mengirimkan *press release* yaitu menggunakan email, fax dan kurir untuk mengantar langsung ke redaksi dan adanya konfirmasi penerimaan *release* ke redaksi sedangkan jenis media online humas Polda DIY hanya menggunakan teknologi email saja

untuk mengirimkan naskah *releasenya* namun tetap mengkonfirmasi apakah *press release* sudah diterima atau belum.

e. Evaluasi penulisan *press release*

Dari hasil penelitian, evaluasi dilakukan setiap enam bula sekali, yaitu berbasamaan dengan evaluasi seluruh kegiatan media *relations*. Pada dasarnya evaluasi yang dilakukan masih kurang terfokus, karena humas Polda hanya menggunakan satu jenis proses evaluasi saja yaitu dengan teknik kliping berita media cetak. Sehingga humas Polda DIY mengukur keberhasilan penulisan *press release* hanya dari seberapa banyak media yang memuat *press release* dari hasil monitoring berupa kliping tersebut. artinya humas Polda DIY hanya dapat mengukur keberhasilan dari *press release* jenis media cetak saja. Sedangkan evaluasi jenis lain tidak di adakan

f. Naskah *press release* Humas Polda DIY tahun 2011

Dari hasil penelitian penulis adalah dari 35 naskah *press release* selama tahun 2011 berikut ini rinciannya:

1. Obyek *press release*

Sepanjang tahun 2011 humas Polda DIY lebih sering mengeluarkan *press release* tentang info baru untuk masyarakat, yaitu sebanyak 19 buah naskah dan 11 naskah berisi info baru kegiatan internal Polda DIY, sisanya 5 naskah berisi informasi ungkap kasus/pembantahan kasus.

2. Panjang judul kata *press release*

Dalam pembuatan judul digunakan kalimat singkat dan jelas. Dari hasil penelitian masih terdapat 15 naskah *press release* yang menggunakan 9-lebih kata dalam penulisan judul, sedangkan sisanya 20 naskah *press release* sudah sesuai yaitu menggunakan 6-8 panjang judul dengan singkat namun jelas.

3. Lead

Pada rumus piramida terbalik, didalam lead digunakan unsur 5W+1H, hasil penelitian menunjukkan 20 naskah *press release* menjelaskan unsur 5W+1H, sedangkan 15 naskah lainnya kurang menjelaskan unsur 5W+1H dan tidak ditemukan oleh penulis adanya penulisan naskah *release* yang tidak menggunakan unsur 5W+1H.

4. Tubuh

Tubuh adalah bagian tengah dari piramida terbalik yang isinya mendukung informasi yang ada di *lead* dengan lebih terperinci/secara kronologis. Hasilnya 31 naskah *press release* sudah kronologis dalam menyampaikan informasi, dan sisanya 4 naskah masih kurang kronologis, dari hasil penelitian juga tidak ditemukan adanya naskah yang tidak kronologis.

5. Ekor

Ekor adalah bagian terakhir dari piramida terbalik berisi informasi yang memperkaya dari keseluruhan isi *press release*. Hasil penelitian menunjukkan 34 naskah *press release* sudah berisi memperkaya informasi *release*, sedangkan sisanya hanya 1 naskah yang kurang memperkaya informasi. Selain itu tidak ditemukan naskah yang tidak memperkaya informasi

6. Foto atau data pendukung

Foto/data pendukung penting untuk dicantumkan karena untuk memperkuat informasi yang disampaikan. Sedangkan dari hasil penelitian membuktikan hanya ada 10 naskah saja yang menggunakan foto/data pendukung, sisanya 25 naskah tidak terdapat foto/data pendukung.

Sedangkan untuk format penulisan *press release* dari 9 kriteria format penulisan humas Polda DIY hanya mematuhi dua tipe format saja. Humas Polda DIY menganggap format baku penulisan *press release* tidak begitu penting untuk dipatuhi. Namun demikian baik gaya penulisan dan format *press release* yang tidak sesuai standar penulisan *press release*, berita yang ditulis humas Polda DIY dalam beberapa kali pengiriman ke media massa tetap efektif digunakan untuk materi publikasi media massa. Terbukti selama tahun 2011 35 kali naskah *press release* di muat di media massa cetak.

B. Keterbatasan penelitian

- 1) Keterbatasan dalam penelitian ini ialah, peneliti hanya mengungkapkan manajemen *press release* humas Polda DIY selama tahun 2011 saja. Obyek setudi adalah manajemen *press release* humas Polda pada tahun 2011. Karena itu, tidak dapat digunakan untuk mengeneralisasi semua kebijakan *press release* humas Polda DIY.
- 2) Nara sumber yang digunakan sebagai informan penelitian diambil dari sumber internal humas Polda DIY, dan karena itu ada kemungkinan kurang bersifat objektif (*cover both sides*).

C. Saran

Berikut ini adalah beberapa saran dari peneliti yang direfleksikan dari penelitian manajemen *press release* humas Polda DIY tahun 2011:

a. Untuk humas Polda DIY:

- ✓ Agar *press release* dipertimbangkan oleh editor media massa, perlu adanya standarisasi format pembuatan *press release*. Sedangkan dari hasil penelitian penulis menyarankan perlu adanya

perbaiki format pembuatan *press release* karena format yang benar akan memberikan penilaian tersendiri bagi editor media massa.

- ✓ Tambahkan metode evaluasi agar dapat mengevaluasi *press release* tidak hanya dari jenis media cetak saja namun juga dapat mengevaluasi *press release* dari jenis media TV, radio, dan media online. Sehingga jika ditambahkan metode akan lebih akurat lagi hasilnya dalam mengukur keberhasilan dalam sebuah program yang dijalankan humas Polda DIY.

b. Untuk Peneliti Selanjutnya:

Meneliti majemen *press release* humas Polda DIY dari *stakeholder* media massa. Sehingga dapat dijadikan bahan pemasukan bagi humas Polda DIY untuk mutu penulisan *press release* yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Aceng. *Press Relations: Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Effendy, Onong Uchjana. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2002.
- Iriantara, Yosol. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Iriantara, Yosol., A. Yani Surachman. *Public Relations Writing Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2006.
- Kriyantono, Rahmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2008.
- Moleong, Ixey. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Rev.ed.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Nurudin. *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Prayudi. *Penulisan Naskah Public Relations*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Rev.ed.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010. Umar, Husein. *Metode Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Satori, Djam'an., Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta: 2010
- Suwandi., Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Yin, Robert K. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996.

Skripsi

Kinanthi Tyas Andhini “Strategi Hubungan Media Pemerintah Daerah Dalam Pencitraan Institusi: Studi Deskriptif Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Rembang” Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta 2011.

Rizka Azia “Strategi Media Relations Lembaga Semi Pemerintah Dalam Membangun Reputasi: Studi Deskriptif Lembaga Ombudsman Daerah dan Ombudsman Daerah DIY” Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta 2010.

Laporan Praktik Kerja Lapangan

Rr.Rindang D. Sekaringnastiti “Proses Pengolahan Informasi Menjadi Berita di Website Pemerintah Kota Yogyakarta” Laporan Praktik Kerja Lapangan, Akademi Komunikasi Indonesia, Yogyakarta 2010.

Nur Aida Asti Wandasari “Proses Pembuatan Press Release Pada Unit Usaha Margaria Group” Laporan Praktik Kerja Lapangan, Akademi Komunikasi Indonesia, Yogyakarta 2007.

LAMPIRAN



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2), Program D III Bahasa Inggris

Nomor : 269/Dek/70/Div.Um&RT/III/2012

05 Maret 2012

Lampiran : -

Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.
KAPOLDA DIY

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan ini kami memohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberi ijin pada mahasiswa kami :

Nama : Ariella Rendy Romanicca
No. Mahasiswa : 08 321 004

Agar dapat melakukan penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin.
Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa yang bersangkutan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat kelulusan study di fakultas kami.

Judul skripsi yang diajukan adalah:
"Strategi Media Relations Humas POLDA DIY Dalam Menjaln Hubungan Baik Dengan Media"

Dosen Pembimbing: Drs. Ahmad Muntaha, M.Si

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Mengetahui
Dekan,

Sus Budiharto, S.Psi., M.Si., Psikolog



**PEMERINTAH PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
SEKRETARIAT DAERAH**

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814 (Hunting)
YOGYAKARTA 55213

SURAT KETERANGAN / IJIN

070/2071/V/3/2012

Membaca Surat : Dekan Fak. Psikologi dan Ilmu Sosbud UII Nomor : 269/DEK/70/DIV.UM & RT/III/2012
Tanggal : 07 Maret 2012 Perihal : Ijin Penelitian

Mengingat : 1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, tentang Perizinan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2007, tentang Pedoman penyelenggaraan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

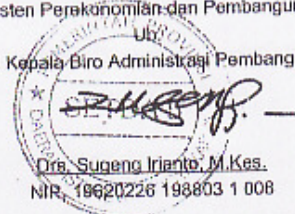
DIJUJUKAN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama : ARIELLARENDY ROMANICCA NIP/NIM : 08321004
Alamat : JL. KALIURANG KM 14,5 SLEMAN
Judul : STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS POLDA DIY DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN MEDIA
Lokasi : POLDA DIY Kota/Kab. KOTA YOGYAKARTA
Waktu : 08 Maret 2012 s/d 08 Juni 2012

Dengan Ketentuan

- Menyerahkan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan *) dari Pemerintah Provinsi DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin dimaksud;
- Menyerahkan soft copy hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Selda Provinsi DIY dalam compact disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website adbang.jogjaprov.go.id dan menunjukkan cetakan asil yang sudah disahkan dan dibubuhi cap institusi;
- Ijin ini hanya dipergunakan untuk kepartuan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentaati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
- Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ini kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan perpanjangan melalui website adbang.jogjaprov.go.id;
- Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di Yogyakarta
Pada tanggal 08 Maret 2012
A.n Sekretaris Daerah
Asisten Perencanaan dan Pembangunan
PLH Kepala Biro Administrasi Pembangunan



Tembusan :

- Yth. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (sebagai laporan);
- Walikota Yogyakarta cc. Dinas Perizinan
- KAPOLDA DIY
- Dekan Fak. Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya UII
- Yang Bersangkutan

FORMULIR KATEGORISASI

1. **Obyek**
 - a. Info Baru Kegiatan Internal Lembaga
 - b. Info Baru Untuk Masyarakat
 - c. Info Pengungkapan Kasus/Pembantahan Kasus

2. **Panjang Judul**
 - a. 5-8 kata (pendek)
 - b. 9-lebih kata (panjang)

3. **Lead**
 - a. lead menjelaskan unsur 5W+1H
 - b. lead kurang menjelaskan unsur 5W+1H
 - c. lead tidak menjelaskan unsur 5W+1H

4. **Tubuh**
 - a. Tubuh/Body text kronologis
 - b. Tubuh/Body text kurang kronologis
 - c. Tubuh/Body text tidak kronologis

5. **Ekor/ Penutup**
 - a. Ekor/Penutup memperkaya Informasi
 - b. Ekor/Penutup kurang memperkaya Informasi
 - c. Ekor/Penutup tidak memperkaya Informasi

6. **Foto/Data Pendukung**
 - a. ada foto/data pendukung
 - b. tidak ada foto/data pendukung

Wawancara Informan

Kabid Humas Polda DIY

Informan: AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos. M.Si

1. **Tanya:** Sebagai instansi pemerintah bagian aparat penegak hukum, apa yang dilakukan humas Polda DIY dalam menjalin hubungan baik dengan media?

Jawab: jadi mbak, kalau humas disini kan corong institusi dimana tugas yang diemban itu sangatlah berat karena kebanyakan humas itu adalah mengatur strategi untuk mempertahankan citra institusi. Dalam mempertahankan citra ini tentunya kita harus menyampaikan kepada publik tentang informasi institusi maupun keberhasilan-keberhasilan yang dicapai polisi dalam hal penanganan kasus, ungkap kasus, menciptakan situasi Kamtibmas yang kondusif kepada masyarakat, karena intinya masyarakat akan percaya kepada polisi, citra terangkat manakala masyarakat merasa nyaman. Sehingga untuk mempublikasikan ini tentunya kami harus merangkul media massa yang ada, karena itu satu-satunya caranya kami untuk menyampaikan informasi ke masyarakat luas. Sehingga media yang tepat untuk kami adalah media cetak, elektronik dan media online. Sedangkan media yang sering berhubungan dengan kami ada 35 media massa baik lokal maupun nasional dan dari cetak, elektronik dan media online.

2. **Tanya:** Dalam rangka menjalin hubungan baik dengan media, apakah ada perencanaan program humas khususnya media relations?

Jawab: jadi kalau untuk media relations kita menggunakan rumus POAC, perencanaan ada kita mulai dari kita setiap tahun tiap kita mau memasuki tahun berikutnya kita ada Renja (Rencana Kerja) tahunan, dari Renja itu kita jabarkan jadi Rengiat dari Rengiat dikelompokkan lagi ke rencana bulanan bahkan harian. Perlu diketahui di dalam Rengiat itu selalu kita masukkan kegiatan pembinaan wartawan, dimana dalam kegiatan tersebut kita mengadakan pertemuan dengan wartawan, yang sering kita lakukan adalah pertemuan yang sifatnya non formal karena untuk lebih mendekatkan hubungan kami dengan wartawan, sehingga kami selalu memilih tempat pertemuan yang nyaman untuk sekadar berbincang-bincang. Jika pertemuan

formal dengan wartawan karena menyangkut DIPA (keuangan) kita mengadakan setahun 2 kali. Jadi untuk menjalin hubungan dengan media kami harus bisa bersinergi dengan wartawan, karena jika diibaratkan saya seorang wartawan maka berita adalah bagaikan sesuap nasi untuk menghidupi keluarga. Artinya disini saya harus siap kapanpun untuk melayani wartawan guna memenuhi kebutuhan informasi mereka.

3. **Tanya:** Jenis media apa saja yang sering digunakan humas Polda DIY untuk menyampaikan informasi kepada publik?

Jawab: untuk jenis media kami menggunakan semua jenis media, mulai dari media massa cetak, elektronik dan media online. Bahkan jika ada wartawan yang tidak dapat hadir dalam konferensi pers misalnya, maka biasanya saya akan mengirimkan email kepada wartawan tersebut, jadi saya memiliki contact person setiap wartawan termasuk alamat email di dalamnya.

4. **Tanya:** Dalam menyampaikan informasi kepada publik, apakah keahlian dalam menulis sesuai standar jurnalistik termasuk point penting bagi humas Polda DIY?

Jawab: Keahlian menulis tentu kami perlukan, akan tetapi dalam penulisan siaran pers misalnya kami lebih sering otodidak dalam menuliskan siaran pers, suatu hari siaran pers tersebut dikritik oleh beberapa wartawan, dan mereka memberi masukan kepada kami tentang cara menuliskan press release sesuai dengan standar jurnalistik yang ada, jadi dari situlah kami belajar. Sebagai contoh ada informasi tentang ungkap kasus maka informasi yang dibutuhkan wartawan adalah kelengkapan informasi berupa unsur 5W+1H maka akan kami masukkan unsur 5W+1H tersebut, namun jika kami masih dalam tahap pengungkapan kasus maka 5W+1H tidak kami tuliskan mengingat setiap informasi yang kami sampaikan harus dapat dipertanggung jawabkan jadi harus memfilter terlebih dahulu mana yang harus disampaikan dan mana yang tidak.

5. **Tanya:** Apakah kegiatan penulisan press release termasuk dalam strategi Polda DIY untuk menyampaikan informasi kepada publik melalui media massa? Mengapa?

Jawab: ya, press release adalah bagian dari strategi kami, karena melalui release kami dapat menyampaikan informasi kepada publik tentunya melalui media, jadi saat kita rakernis selalu disampaikan bagaimana strategi berhubungan dengan media, kalau terkait penulisan press release strategi kita lebih kepada seni menulis, sehingga dengan seni menulis kami berharap artikel tersebut dapat dengan mudah dibaca dan dipahami oleh wartawan dan masyarakat sebagai penerima informasi, karena jika kami tulis dengan bahasa baku kepolisian maka tidak semua orang paham dengan bahasa atau istilah yang kami tulis, jadi seni menulis lebih kami tekankan pada strategi penulisan press release.

6. **Tanya:** Apakah ada staff/petugas khusus humas Polda DIY dalam hal kegiatan penulisan press release?

Jawab: Ada, di dalam struktur organisasi sudah jelas bagian-bagiannya bahwa dalam hal meningkatkan hubungan yang harmonis antara Polri dengan media massa baik cetak maupun elektronik dan masyarakat, mengadakan pembinaan terhadap wartawan kamtibmas unit Polri, serta bertugas meningkatkan pelayanan pemberian informasi kepada masyarakat tentang keberhasilan pelaksanaan tugas-tugas Polri melalui penulisan release, keterangan pers, jumpa pers, siaran melalui televisi/radio (talk show) itu semua bagian dari pekerjaan Kaurpenum (Kepala Urusan Penerangan Umum)

7. **Tanya:** Terkait dengan penulisan press release, bagaimana kebijakan penulisan press release di lingkup humas Polda DIY?

Jawab: kalau masalah kebijakan press release, humas Polda DIY sendiri secara spesifik tidak ada, kebijakan press release kami mengacu pada buku panduan dari Mabes Polri yang isinya tidak hanya membahas kebijakan press release, namun juga terdapat cara menulis hak jawab, hak koreksi, menganalisa berita dan lain sebagainya. Di luar dari buku mabes Polri kami juga melakukan modifikasi atau kebijakan lokal kami sendiri terhadap penulisan release, yang pasti intinya menyesuaikan dengan gaya wartawan kalo nulis berita.

8. **Tanya:** Bagaimana cara press release tersebut di sampaikan kepada media?

Jawab: kalau cara menyampaikan press release itu kami melalui berbagai cara, ada yang melalui wartawan kami undang ke Polda, kemudian melalui email, faxsimile, kami antar ke redaksi, ada juga jika wartawan yang kami undang tidak hadir, kami akan memberikan copy press release berupa CD dan print out press release, jadi dengan saya memberikan copy release berupa CD berharap hal demikian dapat memudahkan wartawan untuk mengedit release yang kami kirim.

9. **Tanya:** Bagaimana SOP (Standard Operating Procedures)/pedoman penulisan press release humas Polda DIY?

Jawab: kalau SOP sendiri di Polda DIY panduannya hanya dari buku panduan yang diberikan oleh Mabes Polri, akan tetapi menurut saya buku dari Mabes Polri itu kurang lengkap dalam membasa press release, sehingga dalam penulisan press release saya lebih menitik beratkan pada seni menulis dan menyesuaikan dengan informasi apa yang akan ditulis.

10. **Tanya:** Bagaimana proses penulisan press release humas Polda DIY?

Jawab: jadi proses penulisan press release kami adalah setiap ada kegiatan yang ada di Polda, baik kegiatan ungkap kasus, pemecatan anggota, kenaikan pangkat dan informasi lainnya seputar jajaran Polda DIY kami langsung menuliskannya dalam penulisan release. Namun penulisan press release tersebut tidak serta merta menjadi sumber informasi utama bagi wartawan, sehingga kami selalu melayani wartawan jika memerlukan informasi tambahan walaupun press relase sudah kami kirim ke media.

11. **Tanya:** Apakah humas Polda DIY memiliki media partner yang sering/secara continue berhubungan langsung dengan humas Polda DIY?

Jawab: dalam hal ini tidak ada media partner yang sering/secara continue berhubungan dengan kami. Kami menganggap bahwa semua media masa adalah media partner bagi kami, karena kami instansi pemerintah khususnya yang menangani masalah penegakan hukum oleh karena itu kami bekerja sama dengan semua media untuk menginformasikan berita-berita yang mayoritas terkait dengan penegakan hukum

12. **Tanya:** Apakah dilakukan evaluasi setelah melihat hasil penulisan press release?

Jawab: untuk evaluasi dalam enam bulan sekali kita ada evaluasi terkait kegiatan humas Polda DIY yang disitu didalamnya termasuk evaluasi press release, sehingga dengan adanya evaluasi kami dapat mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki misal yang sering terjadi adalah kesalahan penulisan, kemudian berita yang kurang seimbang, dan kita juga mengevaluasi berita yang muncul dimedia baik berita positif/negatif yang memberitakan Polda DIY.

13. **Tanya:** Bagaimana cara humas Polda DIY dalam mengevaluasi hasil penulisan press release?

Jawab: kalau evaluasi khusus ke press releasenya tidak ada, kami lebih kepada evaluasi berita yang dimunculkan media terkait press release yang kami kirim. Jadi dalam pemberitaan media seputar Polda DIY kami memiliki staff yaitu Kaur Monitoring yang bertugas memonitor pemberitaan yang ada di media yang kemudian di buat kliping yang nantinya kliping tersebut dapat dijadikan bahan evaluasi untuk perbaikan humas Polda DIY khususnya dan Polda DIY sendiri pada umumnya

Wawancara Informan
Kaur Penun Humas Polda DIY
Informan: AKP S. Sumarsih

1. **Tanya:** Sebagai instansi pemerintah bagian aparat penegak hukum, apa yang dilakukan Polda DIY dalam menjalin hubungan baik dengan media?

Jawab: kita selama ini melaksanakan pembinaan wartawan yang biasanya meliput kegiatan Polda DIY dalam sebulan sekali yang biasa kita sebut dengan coffe morning, kemudian ada juga pembinaan wartawan yang diikuti oleh wartawan media cetak maupun elektronik serta lokal maupun nasional. Kemudian sesekali kita juga mengadakan silaturahmi/mengundang pimpred serta beberapa wartawan agar hubungan semakin erat antara kami dengan pihak media

2. **Tanya:** Jenis media apa saja yang sering digunakan humas Polda DIY untuk menyampaikan informasi kepada publik?

Jawab: Rata-rata semua jenis media kami gunakan untuk menyampaikan informasi, termasuk media cetak, elektronik maupun media online, akan tetapi yang sering datang kesini untuk sekadar mencari informasi terbaru, informasi kegiatan Polda DIY atau konfirmasi berita pengungkapan kasus adalah media cetak, terutama media cetak seperti KR (Kedaulatan Rakyat), Merapi dll.

3. **Tanya:** Dalam menyampaikan informasi kepada publik, apakah keahlian dalam menulis sesuai standard jurnalistik termasuk point penting bagi kegiatan press release humas Polda DIY?

Jawab: untuk teknik penulisan sesuai standar jurnalistiknya ada dan kami gunakan, karena kami menyesuaikan dengan aturan penulisan press release dan sesuai dengan kebutuhan media yang menyukai tulisan sesuai standar mereka yang notabene seorang jurnalis. Misalnya mulai dari pembukaan release seperti apa, isinya bagaimana, kemudian semisal ada himbauan yang harus disampaikan kami sampaikan seperti apa, itu semua kami berusaha menyampaikannya sesuai teknik penulisan release.

4. **Tanya:** Apa saja langkah-langkah humas Polda DIY dalam meningkatkan keahlian menulis?

Jawab: untuk meningkatkan keahlian kami ada pelatihan khususnya pelatihan terkait kegiatan Public Relations termasuk penulisan siaran berita, kemudian ada pembinaan fungsi, dll. Biasanya pelatihan tersebut diadakan oleh Mabes Polri yang kemudian dilakukan oleh Kabid Humas Polda DIY yang selanjutnya hasil pelatihan tersebut disampaikan kepada anggota/staffnya di humas Polda DIY. Terkadang dari humas Polda DIY sendiri juga pernah mendatangkan narasumber dari luar untuk memberikan pelatihan kepada kami demi meningkatkan kualitas kinerja humas Polda DIY.

5. **Tanya:** Apakah ada strategi khusus agar press release humas Polda DIY diterbitkan oleh media massa? Jika ada, apa saja strateginya?

Jawab: untuk strategi tetap kita rencanakan, kita memanfaatkan hubungan yang sudah terjalin dengan baik misalnya kita ada kegiatan tentang hari bhayangkara, yang kemudian dari kegiatan tersebut kita bikin press release maka setelah release jadi langsung kita berikan kepada pihak media, biasanya untuk kegiatan positif Polda kita langsung berikan ke Pimrednya untuk bersilaturahmi dan memberikan release tersebut.

6. **Tanya:** Informasi apa saja yang biasanya disampaikan di dalam penulisan press release humas Polda DIY?

Jawab: informasi yang biasa kami sampaikan biasanya informasi yang tidak jauh dari seputar kasus hukum, seperti pengungkapan kasus, informasi perkembangan kasus, pelatihan-pelatihan yang dilakukan Polda DIY, informasi operasi-operasi ketertiban masyarakat, kemudian informasi penerimaan anggota Kepolisian, serta segala kegiatan yang ada di Polda DIY semua kami sampaikan dalam press release.

7. **Tanya:** Apakah ada staff/petugas khusus humas Polda DIY dalam hal kegiatan penulisan press release?

Jawab: untuk penulisan press release, karena masing-masing staff humas Polda DIY tugasnya sudah jelas maka yang bertugas untuk menuliskan press release adalah Kaur Penum yang notabene selain menuliskan press release Kaur penum juga bertugas informasi kepada masyarakat melalui keterangan pers, jumpa pers, dan siaran melalui televisi/radio (talks show), selain itu saya

sebagai Kaur Penum dalam menuliskan press release juga dibantu oleh staff saya yaitu bagian Paur (Perwira Urusan)

8. **Tanya:** Bagaimana kebijakan penulisan press release di lingkup humas Polda DIY?

Jawab: untuk kebijakan penulisan press release, kami tidak ada kebijakan khusus, namun walaupun tidak ada kebijakan khusus kami tetap mengikuti standar penulisan press release yang dianjurkan oleh Mabes Polri dan kami juga menyesuaikan standar penulisan yang biasa disajikan dari media kepada masyarakat.

9. **Tanya:** Bagaimana cara press release tersebut di sampaikan kepada media?

Jawab: ada melalui banyak cara yang biasa kami lakukan dalam menyampaikan release, biasanya kami mengantar langsung ke kantor media, terkadang juga melalui email dan faxsimile. Akan tetapi kami selalu terbuka kepada rekan-rekan wartawan apabila masih memerlukan informasi tambahan, walaupun kami sudah mengirimkan release kepada mereka.

10. **Tanya:** Bagaimana SOP (Standard Operating Procedures)/pedoman penulisan press release humas Polda DIY?

Jawab: untuk SOP sendiri kami lebih kepada kemampuan menulis kami dalam menulis dan panduan yang diberikan Mabes Polri mengenai teknik penulisan press release.

11. **Tanya:** Bagaimana proses penulisan press release humas Polda DIY?

Jawab: penulisan press release sendiri dimulai dari pemcarian materi berita, atau kegiatan yang dilakukan baik di dalam maupun di luar Polda DIY, sebagai contoh misalnya ada sebuah informasi tentang pengungkapan kasus narkoba, setelah itu kami dari humas Polda DIY mencari materinya dengan cara koordinasi dengan bidang terkait yaitu Dit Narkoba, setelah materi didapat baru kita buat releasenya yang kemudian kami kirim ke media sebagai bahan informasi pengungkapan kasus narkoba kepada masyarakat luas.

12. **Tanya:** Apakah humas Polda DIY memiliki media partner yang sering/secara continue berhubungan langsung dengan humas Polda DIY?

Jawab: tidak ada, jadi cara kita berhubungan dengan media adalah setiap kita ada kegiatan yang bernilai informasi maka kami akan segera menghubungi rekan-rekan wartawan yang sudah kami buat daftarnya, wartawan yang kami daftar kira-kira ada 30 wartawan media. Sehingga setiap ada informasi yang bernilai berita dan kami tuliskan kedalam release terkadang kami cukup memberitahukan/mengundang rekan-rekan media melalui sms (*Short Message Service*)

13. **Tanya:** Apakah dilakukan evaluasi setelah melihat hasil penulisan press release? Bagaimana cara mengevaluasinya?

Jawab: ya dilakukan, biasanya kami melakukan evaluasi setiap 6 bulan sekali seluruh hasil kegiatan yang kami lakukan serta ada evaluasinya, dimana di dalam evaluasi tersebut juga membahas pemberitaan yang muncul terkait penulisan release yang telah kami buat. Sehingga dari hasil evaluasi tersebut kami menjadi tahu mana yang perlu diperbaiki dan mana yang perlu ditingkat. Biasanya kami lebih banyak menilai keberhasilan release dari munculnya berita positif/negative dari media.



PERS RELEASE

NO.POL : PR/14/IV/2011/ BIDHUMAS
TANGGAL : 15 APRIL 2011

SERTIJAB DIRBINMAS, DIRRESKRIMUM DAN KAPOLRESTA YOGYAKARTA

PADA HARI SABTU TANGGAL 16 APRIL 2011 PUKUL 07.30 WIB BERTEMPAT DI GEDUNG SERBA GUNA POLDA DIY DILAKSANAKAN SERAH TERIMA JABATAN DIRBINMAS, DIRRESKRIMUM DAN KAPOLRESTA YOGYAKARTA SERTA PELANTIKAN DIRRESKRIMSUS, DIRPAMOVIB DAN DIRPOLAIR.

SEBAAGAI IRUP DALAM UPACARA SERTIJAB ADALAH KAPOLDA DIY BRIGJEN POL DRS. ONDANG BUTARSA BS. DAN DIHADIRI PARA PEJABAT UTAMA POLDA DIY, PARA KASATWIL JAJARAN POLDA DIY, PARA PAMEN DAN PAMA POLDA DIY, PENGURUS BHAYANGKARI DAERAH YOGYAKARTA SERTA PERWAKILAN ANGGOTA SATKER POLDA DIY.

DALAM SAMBUTANNYA KAPOLDA DIY MENYAMPAIKAN BAHWA MUTASI JABATAN DI LINGKUNGAN POLRI MERUPAKAN HAL YANG BIASA, KARENA MERUPAKAN RANGKAIAN PROSES PENGELOLAAN ORGANISASI POLRI YANG BERTUJUAN SEBAGAI REGENERASI ATAUPUN UPAYA UNTUK MEMELIHARA EKSTISTENSI DALAM PELAKSANAAN TUGAS SERTA MERUPAKAN PEMBINAAN TERHADAP PERSONEL DALAM JENJANG KARIERNYA.

KAPOLDA SEBAGAI PIMPINAN MENGUCAPKAN TERIMA KASIH KEPADA PEJABAT LAMA YANG TELAH MENUNJUKAN PENGABDIAN DAN LOYALITAS YANG TINGGI SERTA TELAH MELAKSANAKAN TUGAS DENGAN BAIK, SEHINGGA PELAKSANAAN TUGAS DI SELURUH JAJARAN POLDA DIY DAPAT BERJALAN DENGAN LANCAR. DAN MENGUCAPKAN SELAMAT MELAKSANAKAN TUGAS YANG BARU SEMOGA SUKSES SERTA MEMPEROLEH JENJANG KARIER YANG SEMAKIN BAIK.

TAK LUPA JUGA MENGUCAPKAN TERIMA KASIH KEPADA PARA PENGURUS BHAYANGKARI YANG SAAT INI MELAKSANAKAN SERTIJAB DAN TELAH BERPERAN AKTIF MENDAMPINGI SUAMI DALAM MELAKSANAKAN TUGAS.

KEPADA PEJABAT BARU KAPOLDA MENYAMPAIKAN UCAPAN SELAMAT AATAS KEPERCAYAAN PEMPINAN POLRI YANG TELAH DIBERIKAN SERTA DIHADAPAN SAUDARA TELAH TERHAMPAR TANTANGAN TUGAS YANG TIDAK RINGAN, TUNJUKKAN PRESTASI KERJA SECARA OPTIMAL SEHINGGA DAPAT MENERUSKAN UPAYA-UPAYA YANG TELAH DILAKUKAN OLEH PEJABAT SEBELUMNYA DAN MEMPEDOMANI KEBIJAKAN KAPOLDA DIY MELALUI PROGRAM PELAYANAN SECARA SIMPATIK SAMPAI KOMUNITAS TERKECIL YANG DIDUKUNG KUALITAS PELAYANAN INTERNAL YANG BAIK.

TINGKATKAN KINERJA ORGANISASI MELALUI PEMBERIAN PERLINDUNGAN, PENGAYOMAN DAN PELAYANAN MASYARAKAT PADA SEMUA ASPEK MAJERIAL BAIK HARD DIMENSION BERUPA DISKRISI KEPOLISIAN, SISTIM, TAKTIK, TEKNIS, PERALATAN, PERSONIL DAN SETANDAR PERILAKU, SERTA SOFT DEMENSION BERUPA PARADIGMA, NILAI-NILAI MINDSET DAN CULTUR SET GUNA MEMBERIKAN KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT YOGYAKARTA YANG LEBIH BAIK.

ADAPUN PEJABAT YANG MELAKSANAKAN SERTIJAB ADALAH DIRRESKRIMUM KOMBES POL DRS. NAPOLEON BONA PARTE, M.Si DIGANTIKAN OLEH KOMBES POL DRS. KRIS ERLANGGA AJI WIDJAYA, DIRBINMAS KOMBES POL DRS. SUTARNO DIGANTIKAN OLEH KOMBES POL DRS. HARIADI WIBOWO, KAPOLRESTA YOGYAKARTA DRS. ATANG HERADI DIGANTIKAN OLEH AKBP M. MUSTAQIM, SIK.

SEDANGKAN PEJABAT YANG DILANTIK ADALAH KOMBES POL DRS. SUSWANTO JOKO LELONO SEBAGAI DIRRESKRIMSUS, KOMBES POL DRS. AGUS DWI SAPUTRO SEBAGAI DIRPAMOVIT, DAN AKBP SUHARYANTO B.S SEBAGAI DIRPOLAIR.

USAI SERTIJAB DAN PELANTIKAN PARA PEJABAT UTAMA POLDA DIY TERSEBUT DILANJUTKAN DENGAN SERTIJAB PENGURUS BHAYANGKARI DI POLRESTA YOGYAKARTA KEMUDIAN DILANJUTKAN DENGAN ACARA PISAH SAMBUT DI GEDUNG SERBA GUNA POLDA DIY.

A.n. KAPOLDA D.I. YOGYAKARTA
KABID HUMAS

HJ. ANNY PUDJIASTUTI, S.Sos. M.Si
AKBP NRP 58110252

**PEMUATAN NASKAH PRESS RELEASE DI MEDIA MASSA
18 APRIL 2011**



KLIPING MEDIA CETAK

17

TANGGAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
KOLOM	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV	XV	
HALAMAN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
MASALAH	POLTIK		POLRI		HUKUM		HANKAM		KRIMINAL		L.LANTAS					
SUMBER	KEDAULATAN RAKYAT				BERKAS		RADAR JOGJA		MERAPI		METEOR					
	SEPUTAR INDONESIA				HARIAN JOGJA		KOMPAS		BULAN		IV		TAHUN		2011	

Mutasi sebagai Hal Biasa

DEPOK— Mutasi jabatan di lingkungan Polri merupakan hal yang biasa terjadi. Hal ini merupakan proses pengelolaan organisasi Polri sebagai regemerasi atau upaya untuk memelihara eksistensi dalam pelaksanaan tugas. "Mutasi merupakan pembinaan terhadap personel dalam jenjang kariernya sehingga pelaksanaan tugas di seluruh jajaran dapat berjalan lancar," kata Kapolda DIY Brigjen Ondah Sutarsa dalam sambutan serah terima jabatan Dirbinmas, Dirreskrim dan Kapolresra Yogyakarta di Mapolda DIY, Sabtu (16/4).

Menurut Kapolda, dalam menjalankan tugas barunya, pejabat sudah ditantang tugas yang tidak ringan. Sehingga harus dapat meneruskan upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pejabat-pejabat sebelumnya. Kapolda mengingatkan agar para pejabat baru dapat meningkatkan kinerja organisasi melalui pemberian perlindungan, pegayoman dan pelayanan masyarakat. Baik pada semua aspek manajerial berupa diskresi kepolisian, sistem, taktik, teknis, peralatan, personel, dan standar perilaku.

Selain itu, memberikan kepunasan dan

kepercayaan pada masyarakat yang lebih baik. "Berpedoman pada kebijakan Polda DIY melalui program pelayanan secara simpatik sampai komunitas terkecil yang didukung kualitas pelayanan internal yang baik," katanya.

Pejabat yang melaksanakan serah terima jabatan adalah Dirreskrim Kombes Polisi Drs Napoleon Bonaparte digantikan oleh Kombes Polisi Kris Erlangga Aji Widjaya, Dirbinmas Kombes Polisi Sutarno digantikan Kombes Polisi Hariadi Wibowo dan Kapolresra Yogyakarta AKBP Atang Herandi digantikan oleh AKBP Mustajim.

Sementara pejabat baru yang dilantik adalah Kombes Polisi Suswanto Joko Lelono sebagai Dirreskrimsus, Kombes Polisi Agus Dwi Saputro sebagai Dirpamobvit dan AKBP Suharyanto sebagai Dirpolair.

Ditemui usai melaksanakan serah terima jabatan Dirreskrim Polda DIY Kombes Polisi Kris Erlangga Aji Widjaya mengatakan akan meningkatkan keamanan di kalangan masyarakat. Sant ini, pihaknya akan segera melakukan kordinasi dengan jajarannya hingga ke bawah, agar kedepan bisa memberikan pelayanan yang baik pada masyarakat. (chb)

DISPOSISI

**NASKAH PRESS RELEASE HUMAS POLDA DIY
14 NOVEMBER 2011**



KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT
PRESS RELEASE

NOMOR : PR/ 53 / XI / 2011 / BID HUMAS
TANGGAL : 14 NOVEMBER 2011

HUT KE – 66 KORPS BRIMOB POLDA DIY

BRIMOB DARI SEJAK AWAL BERDIRINYA MEMILIKI WARISAN HISTORIS YANG BERPERAN BESAR DIDALAM MEMPERTAHANKAN KEMERDEKAAN INDONESIA KHUSUSNYA DALAM MEMERANGI SEGALA BENTUK INSURGensi DAN PEMBERONTAKAN.

PADA HARI SENIN TANGGAL 14 NOVEMBER 2011 PUKUL 08.00 WIB BERTEMPAT DI MAKO BRIMOB BACIRO DILAKSANAKAN UPACARA PERINGATAN HUT BRIGADE MOBIL KE-66. UPACARA DIKUTI OLEH PASUKAN BRIMOB BACIRO & GONDOWULUNG SERTA DIHADIRI OLEH PARA PEJABAT UTAMA POLDA DIY, PARA KAPOLRES/ TA JAJARAN POLDA DIY, PARA PENGURUS BHAYANGKARI DAERAH YOGYAKARTA, MUSPIKA GONDOKUSUMAN, PURNAWIRAWAN POLRI, PEJABAT TNI AD, AL, AU DAN MITRA KERJA PERBANKAN.

SEBAGAI KETUA PANITIA HUT BRIMOB POLDA DIY KE-66 ADALAH DAN DEN A PELOPOR AKBP ANDREAS S.SIK. KAPOLDA DIY BRIGJEN POL DRS. TJUK BASUKI, M.SI SEBAGAI IRUP MEMBACAKAN SAMBUTAN KAPOLRI ANTARA LAIN KEBERADAAN KORP BRIMOB MEMILIKI ANDIL YANG SANGAT BESAR DALAM MENGIRINGI LANGKAH PERJUANGAN BANGSA INDONESIA SEKALIGUS UNTUK MENGHORMATI JASA-JASA ANGGOTA POLISI ISTIMEWA DIRUBAH MENJADI MOBILE BRIGADE YANG GUGUR DALAM PERJUANGAN MAKA DISEPAKATI TANGGAL 14 NOVEMBER DIJADIKAN BAHWA KIPRAH JAJARAN KORPS BRIMOB POLRI LEBIH LANJUT KAPOLDA DIY MENGATAKAN PERJALANAN POLRI MELALUI PERAN AKTIFNYA TERUS BERLANJUT SEIRING DENGAN GANGGUAN KAMTIBMAS YANG MERESAHKAN DALAM MENGHADAPI BERBAGAI JENIS GANGGUAN KAMTIBMAS YANG MERESAHKAN MASYARAKAT. BERBAGAI KENDALA DAN KETERBATASAN YANG ADA DAPAT DIATASI DENGAN DEDIKASI, DAN SEMANGAT JUANG YANG TINGGI UNTUK SELALU MEMBERIKAN PENGABDIAN YANG TERBAIK, SEHINGGA MAMPU MENAMPILKAN PRESTASI YANG MEMBANGGAKAN.

TEMA HUT BRIMOB KALI INI ADALAH "DENGAN REVITALISASI POSTUR BRIMOB DAN PEMANTAPAN HUBUNGAN KEMITRAAN, KORPS BRIMOB POLRI SIAP MEMBERIKAN PELAYANAN PRIMA". TEMA TERSEBUT MENCERMINKAN NIAT SERTA TEKAD YANG BULAT DARI JAJARAN KORPS BRIMOB POLRI UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAKSANAAN TUGASNYA MELALUI LANGKAH – LANGKAH PERBAIKAN DALAM RANGKA MEWUJUDKAN PELAYANAN PRIMA GUNA MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT. MOTTO BRIMOB "JIWA DAN RAGAKU DEMI KEMANUSIAAN". USAI UPACARA DILANJUTKAN ACARA SYUKURAN DENGAN PEMOTONGAN TUMPENG OLEH KAPOLDA DIY DIBERIKAN KEPADA PA BRIMOB TERMUDA IPDA TRI AMBAR SETYO B. GIAT UPACARA DAN SYUKURAN DAPAT BERJALAN DENGAN LANCAR DAN TERTIB.

a.n. KEPALA KEPOLISIAN DAERAH D.I YOGYAKARTA
KABID HUMAS

Hj. ANNY PUDJIASTUTI, S.Sos.M.Si
AKBP NRP 58110252

PEMUATAN NASKAH PRESS RELEASE DI MEDIA MASSA

14 NOVEMBER 2011

Home | Profil | Off Air | Portal Berita | C

Good Morning Jogja | Pawartos Ngayogyakarta | Seputar Jogja

Pemantau Gans Gawang Dan Penggunaan Jilbab <-> 19 Tahun Pantai Wediombo Gunung Kidul Tak Tersentuh Pembangunan <->

Berita

Berita Lainnya

- ▶ Hut 1 Tahun Klinik Hemodialisis Pmi Diy
- ▶ Arena Judi Digrebeg Polisi
- ▶ Wisata Penuh Sensasi Dengan Ngetrail
- ▶ Urin Ettawa Jadi Pupuk Organik
- ▶ Jelajah Wisata Alam
- ▶ Instalasi Biogas Di Boyong, Pakem
- ▶ Alat Kontrasepsi Berserakan Di Pantai Glagah
- ▶ Terapi Herbal Kurang Diminati Untuk Pengobatan Kanker
- ▶ XI Luncurkan Program Xensasi Ramadhan
- ▶ Warga Jangkang Kidul Blokir Jalan Desa
- ▶ Vocalista Angel Berangkat Ke Ohio, As
- ▶ Umy Tuan Rumah Pimnas Xxv
- ▶ Terbakar Cemburu, 3 Pemuda

Upacara Hut Ke 66 Brimob

14 November 2011 20:17 VMB



Upacara HUT Ke 66 Brimob

Yogyakarta, www.jogjatv.tv - Memperingati hari ulang tahun Korps Brigade Mobil - Brimob Polri yang ke- 66, Senin pagi, digelar upacara peringatan HUT Brimob ke-66 di

As

- ▶ Umy Tuan Rumah Pimnas Xxv
- ▶ Terbakar Cemburu, 3 Pemuda Lakukan Penganiaya
- ▶ Tasyakuran Hut Ke-23 Monumen Jogja Kembali
- ▶ Smp Swasta Gencarkan Promosi Untuk Dapatkan Siswa

+ Arsip Berita

Yogyakarta, www.jogjatv.tv - Memperingati hari ulang tahun Korps Brigade Mobil - Brimob Polri yang ke- 66, Senin pagi, digelar upacara peringatan HUT Brimob ke-66 di halaman markas Brimob Polda DIY Jalan Cikditiro Yogyakarta. Bertindak sebagai inspektur upacara, Kapolda DIY, Brigjendpol Tjuk Basuki.

Upacara peringatan HUT Korps Brimob Polri yang ke-66, yang digelar Senin pagi, di halaman markas Brimob Yogyakarta, diikuti oleh seluruh jajaran Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam sambutan Kapolda yang dibacakan oleh Kapolda DIY, Brigjend Pol Tjuk Basuki, dijelaskan, di era keterbukaan ini, dimensi ancaman dan gangguan keamanan dari waktu ke waktu kian berkembang dengan beragam resiko dan dampak yang ditimbulkan. Berbagai gangguan Kamtibmas tersebut menuntut profesionalisme Korps Brimob untuk bersikap proaktif dan responsif dalam mengantisipasi setiap perkembangan situasi yang terjadi guna mewujudkan ketentraman masyarakat.

Setelah upacara selesai kemudian dilanjutkan pemotongan tumpeng oleh Kapolda DIY, Tjuk Basuki. Ditemui disela-sela acara tersebut Kapolda DIY, mengharapkan Brimob bisa melaksanakan tugas Polri untuk menjadi pelindung dan pengayom masyarakat, serta Brimob juga dilibatkan dalam seluruh operasional kepolisian.

Keberadaan Brimob memiliki andi besar dalam mengiri langkah perjuangan bangsa Indonesia, yaitu diawali dari terbentuknya toku Betsu Keisatsu Tai yang merupakan polisi istimewa pada masa pendudukan Jepang yang ikut dalam merebut kemerdekaan.



NASKAH PRESS RELEASE HUMAS POLDA DIY



KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

PRESS RELEASE

NOMOR : PR / 35 / VII / 2011 / BIDHUMAS
TANGGAL : 26 AGUSTUS 2011

HASIL OPS TUMPAS NARKOBA I PROGO 2011

OPERASI TUMPAS NARKOBA I PROGO 2011 ADALAH MERUPAKAN OPERASI AGENDA TAHUNAN YANG DILAKSANAKAN OLEH DIREKTORAT RESERSE NARKOBA POLDA DIY DALAM RANGKA PELAKSANAAN TUGAS OPERASI KEPOLISIAN YANG ADA DALAM RENCANA KERJA POLDA DIY DENGAN PENINDAKAN SERTA PENCEGAHAN PENYALAHGUNAAN DAN PEREDARAN GELAP NARKOBA (P4GN).

OPERASI TUMPAS NARKOBA I PROGO 2011 DILAKSANAKAN SELAMA 15 HARI DARI TANGGAL 5 S/D 10 AGUSTUS 2011 DENGAN DAERAH OPERASI MELIPUTI SELURUH WILAYAH POLDA DIY. SELAMA OPERASI TUMPAS NARKOBA I PROGO 2011 SELAMA 15 HARI TELAH BERHASIL MENGUNGKAP KABUS DENGAN TERBANGKA PENYALAHGUNAAN NARKOBA DARI JENIS NARKOTIKA, PSIKOTROPIKA DAN OBAT BERBAHAYA.

DARI HASIL PENGUNGKAPAN KASUS PENYALAHGUNAAN NARKOBA, PENGGUNA/PEMAKA MENGGUNAKAN NARKOBA DITEMPAT KOST / RUMAH KONTRAKAN, SELAIN PENGUNGKAPAN KASUS YANG DILAKUKAN DI JALAN SETELAH PELAKU MELAKUKAN TRANSAKSI DAN MENGAMBIL BARANG-BARANG PESANAN (NARKOBA) YANG TELAH DIKIRIM DENGAN ALAMAT YANG TELAH DISEPAKATI ANTARA PENGEDAR DAN PENGGUNA.

OPERASI TUMPAS NARKOBA I PROGO 2011 YANG TELAH DILAKSANAKAN SELAMA 15 HARI BERHASIL MENGUNGKAP 21 KASUS DENGAN 27 TERSANGKA DENGAN RINCIAN :

1. POLDA DIY, 5 (LIMA) KABUS DENGAN 5 (LIMA) TERSANGKA.
2. POLRESTA YOGYAKARTA, 2 (DUA) KABUS DENGAN 2 (DUA) TERSANGKA.
3. POLRES SLEMAN, 4 (EMPAT) KABUS DENGAN 10 (SEPULUH) TERSANGKA.
4. POLRES BANTUL, 3 (TIGA) KABUS DENGAN 3 (TIGA) TERSANGKA.
5. POLRES KULON PROGO, 2 (DUA) KABUS DENGAN 2 (DUA) TERSANGKA.
6. POLRES GUNUNGKIDUL, 5 (LIMA) KABUS DENGAN 5 (LIMA) TERSANGKA.

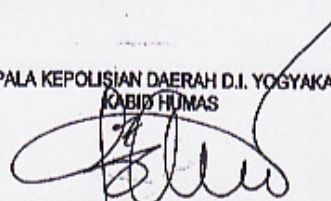
BARANG BUKTI YANG DISITA BERACAI PERIKAT :

1. NARKOBA LERAS
GANJA : 49,20 GRAM
SHABU : 1,35 GRAM
2. PSIKOTROPIKA
GOL IV : 78,5 BUTIR
3. BAYA
TRIHXYPHENIDYL : 20 BUTIR
MIRAS : 137 BOTOL CIU, 2 (DUA) LITER MIRAS / CIU, 3 (TIGA) BOTOL ANGGUR

/ PARA TERSANGKA

PARA TERSANGKA PENYALAHGUNAAN NARKOBA DIDOMINASI ORANG YANG BERSTATUS SWASTA / WIRA SWASTA SEJUMLAH 16 ORANG DENGAN JENIS KELAMIN LAKI-LAKI DENGAN USIA 25 - 40 TAHUN. KEBERHASILAN TERSEBUT KARENA PETUGAS TELAH MELAKUKAN OBSERVASI DAN SURVAILENCE TERHADAP SASARAN YANG DIDUGA TERLIBAT TINDAK PIDANA NARKOBA SERTA MELAKUKAN PENGAWASAN, PENYUSUPAN KE TEMPAT-TEMPAT YANG DIPERKIRAAN SEBAGAI TEMPAT PERSEMBUNYIAN, PERTEMUAN PARA PEMAKAI MAUPUN PENGEDAR NARKOBA.

a.n. KEPALA KEPOLISIAN DAERAH D.I. YOGYAKARTA
KABID HUMAS



H. ANNY RUDJASTUTI, S.Sos. M.Si
AKBP NRP 58110252

NASKAH PRESS RELEASE HUMAS POLDA DIY



KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT

PRESS RELEASE

NOMOR : PR/ 47 /X/2011 / BID HUMAS
TANGGAL : // OKTOBER 2011

**POLDA DIY SIAP MENGAMANKAN
ACARA PERNIKAHAN AGUNG PUTRI GUBERNUR DIY
SRI SULTAN HB X**

UNTUK MENCIPTAKAN SITUASI KAMTIBMAS YANG KONDISIF GUNA MENDUKUNG KELANCARAN RANGKAIAN ACARA PERNIKAHAN AGUNG PUTRI SRI SULTAN HB X GKR BENDARA DENGAN KPM YUDANEgara, POLDA DIY BESERTA JAJARAN DAN PERKUATANNYA MELAKSANAKAN PAM KEGIATAN PERNIKAHAN AGUNG PUTRI GUBERNUR DIY DAN PAM VVIP YANG DILAKSANAKAN MULAI TANGGAL 16 S/D 19 OKTOBER 2011.

KEKUATAN YANG DIKERAHKAN SEBANYAK 1.723 PERSONEL POLDA DIY DARI FUNGSI OPSNAL DAN FUNGSI PEMBINAAN BAIK POLDA DAN SATUAN KEWILAYAHAN DENGAN MENGEDEPANKAN SATUAN FUNGSI PREVENTIF YANG DIDUKUNG DENGAN KEGIATAN INTELEJEN, PREEMTIF DAN REPRESIF.

SASARAN PENGAMANAN MELIPUTI : BANDARA ADI SUCIPTO, PANGKALAN TNI - AU, ISTANA GEDUNG AGUNG, KRATON YOGYAKARTA, KEDIAMAN RI 2, BANGSAL KEPATHIHAN, KAMPUS UNIVERSITAS WIDYA MATARAM, HOTEL, ROUTE JALAN DAN TEMPAT LAIN YANG MENJADI KEGIATAN KUNJUNGAN TAMU-TAMU VVIP DAN MENJADI TEMPAT RANGKAIAN ACARA PERNIKAHAN AGUNG.

u.n. KEPALA KEPOLISIAN DAERAH DI YOGYAKARTA
DABIP HUMAS

H. ANN PRADHASTUTI, S.Sos.M.Si
AKBP NRP 58110252

NASKAH PRESS RELEASE HUMAS POLDA DIY



PERS RELEASE

NOMOR : PR / 48 / X / 2011 / BIDHUMAS
TANGGAL : 17 OKTOBER 2011

PAM PERNIKAHAN AGUNG PUTRI SRI SULTAN HB X DAN PAM VVIP / VIP TANGGAL 16 S/D 19 OKTOBER 2011 DIWILAYAH HUKUM POLDA D.I YOGYAKARTA

POLDA D.I YOGYAKARTA BESERTA JAJARAN DAN PERKUATANNYA MELAKSANAKAN PENGAMANAN PERNIKAHAN AGUNG PUTRI SRI SULTAN HB X / GUBERNUR D.I YOGYAKARTA (GKR BENDARA) DENGAN KPH YUDANEGARA DAN PENGAMANAN PEJABAT NEGARA VVIP, VIP DIWILAYAH HUKUM POLDA D.I YOGYAKARTA SELAMA 4 (EMPAT) HARI PADA TANGGAL 16 S/D 19 OKTOBER 2011, MELALUI KEGIATAN PREVENTIF YANG DIDUKUNG OLEH GIAT INTELIJEN, PREEMTIF DAN REPRESIF KEPOLISIAN DALAM RANGKA MEMELIHARA KAMTIBMAS YANG DAPAT Mendukung TERSELENGGARANYA RANGKAIAN PERNIKAHAN AGUNG YANG DIHADIRI PEJABAT NEGARA VVIP, VIP DAN TAMU UNDANGAN LAINNYA DENGAN AMAN, TERTIB DAN LANCAR.

PENGAMANAN DILAKSANAKAN SECARA TERPADU ANTARA APARAT KEAMANAN YANG DIKOORDINIR DALAM BENTUK SATGAS-SATGAS PENGAMANAN DENGAN KEGIATAN DAN TINDAKAN KEPOLISIAN. POLA PENGAMANAN YANG DILAKSANAKAN SECARA TERBUKA DAN TERTUTUP DENGAN MENGEDEPANKAN KEGIATAN PREEMTIF DAN PREVENTIF YANG DIDUKUNG KEGIATAN INTELIJEN DAN TINDAKAN REPRESIF DAN PENEGAKAN HUKUM. PENGAMANAN DENGAN PENGGELARAN KEKUATAN PERSONEL POLRESTA YOGYAKARTA, POLRES SLEMAN DAN POLRES BANTUL DI BACK UP DARI SATGAS POLDA D.I YOGYAKARTA DIBANTU TNI DAN PEMPROP, KEKUATAN PERSONEL YANG DIKERAHKAN KESELURUHAN BERJUMLAH 1.722 PERSONEL.

TUJUAN PENGAMANAN MENCIPTAKAN SITUASI KAMTIBMAS DI WILAYAH YANG KONDusif SEHINGGA DAPAT Mendukung TERSELENGGARANYA PERNIKAHAN AGUNG PUTRI SRI SULTAN HB X / GUBERNUR D.I YOGYAKARTA YANG AKAN DIHADIRI PEJABAT NEGARA VVIP, VIP DAN TAMU UNDANGAN LAINNYA DI PROPINSI D.I YOGYAKARTA SECARA AMAN, TERTIB DAN LANCAR. MENCEGAH DAN

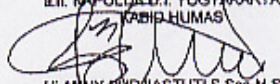
MENGHAMBAT KEGIATAN PERNIKAHAN AGUNG YANG AKAN DIHADIRI PEJABAT NEGARA VVIP, VIP DAN TAMU UNDANGAN LAINNYA DI PROPINSI D.I YOGYAKARTA.

SASARAN PENGAMANAN MELIPUTI:

KOMPLEK KRATON NGAYOGYAKARTA HADININGRAT, KOMPLEK KEPATIHAN YOGYAKARTA, ISTANA GEDUNG AGUNG YOGYAKARTA, KEDIAMAN WAKIL PRESIDEN RI JL. SAWIT BARI BLOK M.2 CONDONG CATUR DEPOK SLEMAN, PANGKALAN TNI -AU ADISUCIPTO, BANDARA ADISUCIPTO, AUDITORIUM UGM, HOTEL-HOTEL, STASIUN KERETA API TUGU YOGYAKARTA, ALUN-ALUN UTARA, SEPANJANG JL. A. YANI DAN JL. MALIOBORO, ROUTE YANG DILALUI TAMU UNDANGAN VVIP DAN VIP DAN TEMPAT-TEMPAT LAIN YANG MENJADI TEMPAT KUNJUNGAN / KEGIATAN PRESIDEN RI DAN WAKIL PRESIDEN RI.

KEGIATAN ACARA / RANGKAIAN PERNIKAHAN AGUNG MELIPUTI ACARA PENJEMPUTAN CALON PENGANTIN PRIA DAN CALON BESAN, LANGKAHAN, SIRAMAN, TANTINGAN, MIDODARENI, IJAB QOBUL, PANGGIH, KIRAB PENGANTIN ACARA PAHAROGIAN / RESEPSI.

d.n. KAPOLDA D.I. YOGYAKARTA
KABID HUMAS


HJ. ANNY PUDJIASTUTI, S.Sos, M.Si
AKBP NRP 58110282