

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



NASKAH PUBLIKASI

**Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

**Ariella Rendy Romannica
08321004**

**Drs. Ahmad Muntaha, M.Si
NIDN 0527056401**

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

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

Disusun oleh

Ariella Rendy Romannica

08321004

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada: 09 AUG 2012

Dosen Pembimbing Skripsi

Drs. Ahmad Muntaha, M.Si

NIDN 0527056401

الإسلامية

Mengetahui

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



Anang Hermawan, S.Sos., M.A

NIDN 0506067702

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 klipring. *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

1. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Aktivitas PR (*Public Relations*) dewasa ini tidak hanya sekedar sebagai pemanis agar citra organisasi baik di mata publik namun aktivitas PR pada dasarnya meliputi berbagai aspek manajemen yang tujuan utamanya adalah menciptakan *mutual understanding* antara organisasi dengan publiknya. Dalam pengelolanya PR juga sebagai penghubung dengan para stakeholder (investor, media, pemerintah, dan sebagainya).

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. 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.

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, bahwa 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*. 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.

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*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, peneliti mengajukan 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

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, sesuai dengan judul penelitian yaitu "Manajemen Press Release Humas Polda DIY Periode Januari 2011-Desember 2011" maka penyusun akan mengemukakan tujuan penelitian sebagai berikut:

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 pada tahun 2011 dengan standar penulisan teori-teori yang ada.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis merupakan manfaat yang diperoleh dalam konteks teori yang digunakan dalam penelitian dan dikaitkan dengan teori. Pengertian manfaat praktis ialah manfaat bagi objek yang diteliti dan untuk peneliti sendiri.

Manfaat yang berkaitan dengan penelitian ini ialah:

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 dan juga dapat dijadikan bahan referensi bagi jajaran satuan kepolisian lainnya baik di sektor Polsek, Polres, dan Polda yang ada di Indonesia sebagai upaya membangun citra Polri melalui kemampuan penulisan *press release* dan aktivitas media relations lainnya.

2. Tinjauan Pustaka

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama ialah penelitian yang dilakukan oleh Kinanthi Tyas Andhini mahasiswa UII, dengan judul “**Strategi Hubungan Media Pemerintah Daerah Dalam Pencitraan Institusi**” relevansi antara penelitian yang dilakukan oleh Kinanthi dengan penelitian yang hendak dilakukan penulis ialah, kedua penelitian sama-sama meneliti instansi pemerintah mengenai kegiatan *media relations*. Letak perbedaannya ialah Kinanthi melakukan

penelitian tentang strategi *media relations* secara keseluruhan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah 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.

Penelitian kedua ialah penelitian yang dilakukan oleh Rizka Azia mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan judul “**Strategi Media Relations Lembaga Semi Pemerintah Dalam Membangun Reputasi**” Letak kesamaan antara penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian yang dilakukan Rizka ialah, kedua penelitian sama-sama meneliti kegiatan *media relations*, bedanya penulis mayoritas meneliti naskah *press release* yang dikirim ke media cetak sedangkan Setly lebih fokus kepada isi *release* yang ada pada isi *press release* untuk membangun reputasi.

B. Kerangka Teori

1. 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.

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.

2. 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 diistilahkan *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). 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*). Ketik siaran pers yang rapi dan sebaiknya gunakan 1-2 halaman kertas saja. 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.

3. Mekanisme Penulisan *Press Release*

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.

2. Penulisan

Dalam melakukan kegiatan penulisan naskah press release penting sekali mengendalikan sumber-sumber bahan. Oleh karena itu Rhenald Kasali memiliki lima strategi dalam merumuskan pesan penulisan, strategi informasi, strategi argumentasi, strategi citra, strategi emosional dan strategi menghibur

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).

4. Mekanisme Pengiriman *Press Release* ke Media

Keberadaan media massa yang semakin menempati posisi signifikan dalam keberadaan masyarakat Indonesia modern, maka media relations juga menempati posisi yang cukup signifikan. Oleh karena itu saat ini banyak institusi yang berlomba-lomba merebut perhatian media. Media menyukai informasi bernilai berita dan informasi tersebut masih terbilang baru untuk disajikan, 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.
- 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

5. 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. 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.
- 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.
- 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.

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 data sekunder, studi kasus, tes kemampuan membaca, media monitoring, analisis media, *Advertising Value Equivalent (AVE)*, *Focus Group Discussion*, *audience coverage*, *audience response*

6. Penulisan Nakah *Press Release*

Ada banyak cara untuk berhubungan dengan media, yakni membuat press release, mengadakan konferensi pers, wawancara khusus, press tour, dll. 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*
2. *Produk Release*
3. *Financial 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*)
- b. Faktanya termasa (*timely*)
- c. Disusun secara piramida terbalik (*inverted pyramid*)
- d. Mengandung unsur 5W+1H
- e. Disusun dengan kata-kata lazim

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 bawahi.
- 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 #####.

3. Metode Penelitian

A. 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.

B. 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.

C. 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.

D. Jenis Data

1. Data Primer

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.

2. Data Sekunder

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.

E. 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 yang lebih lengkap dari kedua nara sumber di atas.

F. Metode Pengumpulan Data

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.

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.

G. Metode Analisis Data

Data yang telah terkumpul, penulis melakukan reduksi data, penyajian data, dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

- 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.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Temuan Penelitian

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. 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.

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. Manajemen *Press Release* Humas Polda DIY

1. Kebijakan *Press Release* Humas Polda DIY

Kebijakan *press release* humas Polda DIY terdiri dari:

- a. Menggunakan bahasa biasa digunakan pers
- b. Paling banyak 2 halan (500-600 karakter)
- c. Tulis nama lengkap kesatuan (lengkapi nomor tlp kesatuan)
- d. Judul dalam bentuk frasa pendek (sekitar 5 kata)

- e. Materi siaran pers mencakup 5W+1H
- f. Alinea pertama pembukaan tentang peristiwa
- g. Pada alinea kedua dan selanjutnya memuat isi tentang peristiwa
- h. Pada alinea akhir memuat penutup tentang peristiwa

2. Mekanisme 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. Berikut ini tahapan mekanisme penulisan press release.

- a) Pencarian materi (Dit Intelkam, Dit Samapta, Res Narkoba, Densus 88 AT, Dit Lantas, dan lain-lain)
- b) Menyiapkan perangkat (komputer dan printer)
- c) Penulisan press release
- d) Pengajuan naskah release ke Kabid Humas
- e) Pengiriman naskah release ke media
- f) Monitoring media (dimuat/tidak dimuat)
- g) Evaluasi

3. Mekanisme Penyampaian *Press Release* ke media

Berikut ini adalah mekanisme penyampaian press release humas Polda DIY ke media:

- a) Dikirim secepat mungkin
- b) Ditujukan kepada wartawan yang dikenal
- c) Melakukan konfirmasi penerimaan release

4. Evaluasi

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. Berikut proses evaluasinya:

- 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

c. *Press Release* Polda DIY Pada Tahun 2011

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 naskah press release humas Polda DIY periode Januari 2011-Desember 2011 yang dibuat oleh penulis pada tanggal 6 Mei 2012:

- 1) Obyek press release:
 - Info baru kegiatan internal: 11 naskah
 - Info baru untuk masyarakat: 19 naskah
 - Info pengungkapan pembantahan kasus: 5 naskah
- 2) Panjang judul (kata):
 - 5-8 kata (pendek): 20 naskah
 - 9-lebih kata (panjang): 15 naskah
- 3) Tubuh/body text
 - Kronologis: 31 naskah
 - Kurang kronologis: 4 naskah
 - Tidak kronologis: 0 naskah
- 4) Ekor/penutup
 - Memperkaya informasi: 34 naskah
 - Kurang memperkaya informasi: 1 naskah
 - Tidak memperkaya informasi: 0 naskah
- 5) Foto/data pendukung
 - Ada: 10 naskah
 - Tidak: 25 naskah

B. Pembahasan

a. *Media Relations*

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: Konferensi Pers, Penulisan Press Release, Penerbitan media Komunikasi eksternal, dan pembuatan leaflet dan booklet.

b. Kebijakan Penulisan *Press Release*

Humas Polda DIY memiliki kriteria kebijakan penulisan *press release* yang mampu di implementasikan dengan baik. Hal ini sesuai dengan apa yang ada pada teori bahwa Polda DIY dalam penulisan *press release* menggunakan bahasa biasa (hindari jargon, bahasa teknis), naskah di ketik yang rapi dan sebaiknya gunakan hanya 1-2 halaman kertas saja, Materi siaran pers menjawab 6 pertanyaan kunci 5W+1H, sebut nama lengkap organisasi di awal siaran, lengkap dengan logonya, judul menarik perhatian dan mewakili isi berita Polda DIY.

c. Mekanisme Penulisan *Press Release*

Mekanisme penulisan *press release* adalah pada dasarnya mekanisme yang diatur oleh humas Polda DIY sudah terstruktur dan berjalan dengan

baik, namun masih perlu adanya perbaikan mekanisme, karena dilihat dari dua laporan praktik kerja lapangan yang ada di Margaria Group dan Pemkot Yogyakarta kedua instansi ini sama-sama memiliki tahap pengecekan ulang terhadap press release yang akan dikirimkan ke media, sehingga dapat dilakukan revisi jika diperlukan. Sedangkan pada humas Polda DIY tidak terdapat tahapan tersebut, menurut penulis pengecekan ulang merupakan tahapan penting untuk memastikan tidak ada kesalahan baik dalam hal penulisan, bahasa yang digunakan dan lain sebagainya.

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, hal ini karena Polda DIY memanfaatkan teknologi email, fax, dan jasa kurir untuk mengirim naskah *press release*. Dari hasil analisis Nur Aida Asti Wandasari, Margaria group dalam penyampaian release juga sejalan dengan humas Polda sama-sama memanfaatkan teknologi email, fax dan kurir sedangkan Pemkot Yogyakarta menggunakan media online saja untuk sarana penyebaran press release.

e. Evaluasi *Press Release*

Dari hasil penelitian penulis, humas Polda DIY dalam hal evaluasi masih kurang terorganisir, karena humas Polda hanya menggunakan satu jenis proses evaluasi saja yaitu dengan teknik kliping berita media cetak. Sehingga humas Polda mengukur keberhasilan penulisan *press release* hanya dari seberapa banyak media yang memuat *press release* dari hasil monitoring berupa kliping tersebut. Sehingga perlu ditambahkan adanya jenis evaluasi lain selain kliping agar dapat mengevaluasi hasil penulisan press release secara efektif dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan humas Polda DIY.

f. Naskah *Press Release* Humas Polda DIY Periode Januari 2011-Desember 2011

Dari 35 naskah press release humas Polda DIY mayoritas sudah memenuhi kriteria penulisan press release seperti memiliki nilai berita, penerapan 5W+1H, *inverted pyramid*, walaupun masih terdapat beberapa naskah press release humas Polda DIY yang tidak memiliki nilai berita sehingga dampaknya tidak dimuatnya naskah press release humas Polda DIY oleh media. Sedangkan penerapan unsur piramida terbalik sudah sesuai dengan teori, dapat dilihat dari hasil penelitian yang mayoritas ke 35 naskah *press release* 20 naskah sudah menerapkan unsur 5W+1H. Namun yang menjadi catatan disini adalah kurangnya foto/data pendukung yang ditampilkan oleh humas Polda, dari hasil penelitian hanya terdapat 10 naskah *press release* saja yang mencantumkan foto/data pendukung. Hal ini penting agar informasi yang sudah tertulis di *press release* semakin di perkuat dengan adanya foto dan data pendukung yang dilampirkan.

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.

5. Penutup

a. Kesimpulan

1) Manajemen *Press Release*

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, masih banyak kekurangan pada proses manajemen press release humas Polda DIY. *Media relations* yang dilakukan ada empat kegiatan yaitu konferensi pers, penulisan *release*, media komunikasi eksternal, dan pembuatan leaflet dan booklet. Kebijakan humas polda sudah sesuai, mekanisme penulisan *press relase* humas Polda DIY tidak memiliki tahap pengecekan ulang naskah *press release*, sehingga perlu di

adakan pengecekan *press release* sebelum dikirim ke media. Sedangkan mekanisme pengiriman *release* ke media pada umumnya sudah sesuai, karena dalam pengiriman humas Polda DIY selalu mengutamakan kecepatan berita. Media cetak, televisi, dan radio yaitu dalam pengirimannya menggunakan email, fax dan jasa kurir, sedangkan media online pengirimannya menggunakan email. Apabila mengenai evaluasi *press release* humas Polda DIY perlu adanya penambahan teknik evaluasi, karena selama ini evaluasi hanya dilakukan dengan mengkliping berita.

2) Naskah *Press Release* Humas Polda DIY Periode Januari 2011-Desember 2011

Kesimpulan yang dapat diambil adalah kurangnya foto/data pendukung yang ditampilkan oleh humas Polda, dari hasil penelitian hanya terdapat 10 naskah *press release* saja yang mencantumkan foto/data pendukung. Hal ini penting agar informasi yang sudah tertulis di *press release* semakin diperkuat dengan adanya foto dan data pendukung yang dilampirkan.

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 studi 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).

A. 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 perbaikan 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:

Untuk Peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti manajemen press release humas Polda DIY dari stakeholder media massa. Sehingga dapat dijadikan bahan masukan 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.
- Iriantara, Yosai. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2006.
- Nurudin. *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.

IDENTITAS PENULIS 1

Nama : Ariella Rendy Romannica
NIM : 08321004
Tempat tanggal lahir : Pacitan, 21 Februari 1990
Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Konsentrasi Studi : *Public Relations*
Alamat dan nomor kontak : Pacitan Jawa Timur – 081 913 088 080
Karya tulis ilmiah :
2009 : Penelitian Kuantitatif (Bersama Tim) *Pengaruh Intensitas Menonton Iklan Rokok di Televisi dan Pergaulan Pertemanan Terhadap Perilaku Merokok Pada Mahasiswa S1 Komunikasi UII*
2009 : Menulis essay *Selebriti dan Sang Sutradara (Parpol)* dalam buku komunikasi politik (Bersama TIM) *Dari Lapangan Hijau Sampai Lapangan Senayan*
2010 : Penelitian Kualitatif (Bersama Tim) *Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UII Angkatan 2009 Terhadap Iklan Axe versi Axe Mini*
2011 : Penelitian Sejarah (Mandiri) *Perkembangan Sejarah Public Relations (PR) pada Instansi Pemerintah di Indonesia dari Tahun 1962-sekarang*

IDENTITAS PENULIS 2

Nama : Drs. Ahmad Muntaha M.Si
NIDN : 0527056401
Tanggal Lahir : 27 Mei 1964
Alamat dan Nomor Kontak : Perumahan UII Blok 1/7 Prumpung Sardonoharjo Ngaglik
Sleman, Yogyakarta – 0812278 9128

Penelitian yang dilakukan :

1. Tanggapan Media terhadap Kinerja Pemberitaan Humas Pemprov DKI Jakarta
2. Tanggapan Pengguna terhadap Busway
3. Public Relations Hotel-hotel Yogyakarta
4. Humas Pemerintah Setelah Otonomi Daerah
5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan terhadap Publik di kantor Pelayanan Satu Atap Pemerintah Kabupaten Sleman
6. *Uses and Gratification*: Penggunaan Internet di Kalangan Mahasiswa AKINDO Yogya
7. Survey dalam Rangka Studi Peningkatan Kualitas Layanan Pendidikan melalui Perluasan Peranserta Masyarakat
8. Komunikasi Pada Nettie Family: Studi Kasus Tiga Keluarga di Yogyakarta