

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* HUMAS KEPOLISIAN DAERAH (POLDA)
SUMATERA SELATAN DALAM MENANGANI PEMBERITAAN AKSI
UNJUK RASA KASUS PENOLAKAN RANCANGAN UNDANG UNDANG
CIPTA KERJA TAHUN 2020**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh:

REIZA WIDYA TAMA MUNTHE

07031381722242

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“STRATEGI *MEDIA RELATIONS* HUMAS KEPOLISIAN DAERAH (POLDA)
SUMATERA SELATAN DALAM MENANGANI PEMBERITAAN AKSI
UNJUK RASA KASUS PENOLAKAN RANCANGAN UNDANG – UNDANG
CIPTA KERJA TAHUN 2020”**

Skripsi

Oleh :

REIZA WIDYA TAMA MUNTHE

07031381722242

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 15 April 2021**

Pembimbing :

1. Dr. Retna Mahriani., M.Si
NIP. 196012091989122001

2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si
NIP. 198411052008121003

Penguji :

1. Erlisa Saraswaty, S.K.Pm., M.Sc
NIP. 199209132019032015

2. Oemar Madri Bafadhal, S.IKom. M.Si
NIP. 199208222018031001

Tanda Tangan

Tanda Tangan

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,
Prof. Dr. Kgs. M. Sbbri, M.Si
NIP. 196311061990031001

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“STRATEGI *MEDIA RELATIONS* HUMAS KEPOLISIAN DAERAH
(POLDA) SUMATERA SELATAN DALAM MENANGANI AKSI UNJUK
RASA KASUS PENOLAKAN RANCANGAN UNDANG - UNDANG
CIPTA KERJA TAHUN 2020”**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh

Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh :

REIZA WIDYA TAMA MUNTHE

07031381722242

Pembimbing I

DR. RETNA MAHRIANI, M. SI

NIP. 196012091989122001

Tanda Tangan

Tanggal

02/03 2021

Pembimbing II

FAISAL NOMAINI, S.SOS., M. SI

NIP. 198411052008121003

24/2021
102

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reiza Widya Tama Munthe
NIM : 07031381722242
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 19 Agustus 1999
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi *Media Relations* Humas Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan dalam Menangani Aksi Unjuk Rasa Kasus Penolakan Rancangan Undang – Undang Cipta Kerja Tahun 2020.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, Maret 2021
Yang membuat pernyataan,



Reiza Widya Tama Munthe
NIM. 07031381722242

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“TUHAN di pihakku. Aku tidak akan takut. Apakah yang dapat dilakukan manusia terhadap aku?” (Mazmur 118:6)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberikan kekuatan kepadaku” (Filipi 4:13)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ❖ Kedua Orang Tuaku
- ❖ Saudara – saudariku
- ❖ Sahabat – sahabatku
- ❖ Teman seperjuangan
- ❖ Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
- ❖ Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
- ❖ Almamater Universitas Sriwijaya

(REIZA WIDYA TAMA MUNTHE)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *media relations* yang diterapkan dalam menjalin hubungan dengan media oleh Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan serta hubungan yang tercipta antara Humas dengan media. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan pengumpulan dokumentasi serta pengumpulan materi – materi visual. Temuan penting penelitian ini adalah Bidang Humas POLDA Sumatera Selatan telah melakukan strategi *media relations* sesuai dengan teori Yosol Iriantara yakni mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan sebagai upaya untuk meningkatkan citra dalam menangani aksi unjuk rasa kasus penolakan Rancangan Undang – Undang Cipta Kerja Tahun 2020. Strategi *media relations* yang diimplementasikan oleh Humas POLDA Sumatera Selatan dianggap sudah baik dan tepat. Bagian Humas sebagai pusat informasi satu pintu juga sudah bekerja dengan optimal, kompetensi jajaran humas dalam menyediakan materi sudah baik, dan para wartawan turut dilibatkan dalam peliputan kegiatan di lapangan selama berlangsungnya aksi, serta koordinasi yang sudah baik antara bidang Humas dengan unit kerja lainnya dalam hal menyediakan informasi secara valid dan akurat. Adapun model dalam hubungan yang tercipta mengacu pada pendapat Grunig yaitu merupakan model hubungan yang terjalin dengan saling menguntungkan antar satu dengan yang lain (*mutualisme*) yakni *mixed asymmetric-symmetric model*.

Kata Kunci : Strategi Media Relations, Hoax, Humas Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan.

Pembimbing I



Dr. Retna Mahriani, M.Si

NIP. 196012091989122001

Pembimbing II



Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si

NIP. 198411052008121003

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the media relations strategies are implemented in establishing relations with the media by the South Sumatra Regional Police (POLDA) and the relationship created between PR and the media. This research use descriptive qualitative approach. Data collection techniques are carried out through in-depth interviews, observation, and collecting documentation as well as collecting visual materials. An important finding of this study is that the South Sumatra Police Public Relations Division has carried out a strategy media relations in accordance with Yosaf Iriantara's theory, namely managing relationships, developing strategies, and developing networks as an effort to improve image in handling demonstrations in cases of rejection of the 2020 Omnibus Law. The strategy media relations implemented by the Public Relations POLDA South Sumatra is considered appropriate and good. The Public Relations department as a one-stop information center that has been working optimally, the competence of the ranks of public relations in providing material is good, journalists who are involved in covering activities in the field during the action, as well as good coordination between the PR sector and other work units in terms of provide valid and accurate information. The model in the relationship created refers to Grunig's opinion, which is a model of mutually beneficial relationships between one another (mutualism), that is the mixed asymmetric-symmetric model.

Keywords : *Media Relations Strategy, Hoax, Public Relations of South Sumatera Regional Police.*

Advisor I



Dr. Retna Mahriani., M.Si

NIP. 196012091989122001

Advisor II



Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si

NIP. 198411052008121003

***Chairman of Communication Science Major
Faculty Of Social and Political Science***



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121005

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi *Media Relations* Humas Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan Dalam Menangani Aksi Unjuk Rasa Kasus Penolakan Rancangan Undang – Undang Cipta Kerja Tahun 2020”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis telah mendapat banyak bantuan serta pengarahan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia-Nya yang telah memberikan hikmat penyertaan, kesehatan, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orangtua ku tercinta (Bapak Reyders Munthe dan Ibu Rosintan Hutajulu) atas segala doa dan pengorbanan yang diberikan baik moril maupun materil, yang tiada henti selalu memberikan restu, semangat, dorongan, motivasi, kepercayaan dan kasih sayang selama ini.
3. Adikku tersayang Alfred Nathanael Munthe dan Gratia Uli Septriana Munthe yang selalu memberikan doa dan semangat selama ini.
4. Bapak Prof. Dr. K. M. Sobri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

6. Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si selaku sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus Dosen Pembimbing II Skripsi Penulis.
7. Ibu Miftha Pratiwi, S.Ikom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis
8. Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si selaku Dosen Pembimbing I Skripsi penulis
9. Ibu Merry Yanti, S.Sos., MA selaku Dosen Penguji I seminar proposal yang telah memberikan revisi serta saran dan masukan mengenai Skripsi Penulis.
10. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Dosen Penguji II seminar proposal yang telah memberikan revisi serta saran dan masukan mengenai Proposal Skripsi Penulis.
11. Ibu Erlisa Saraswaty, S.KPm., M.Sc dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Dosen Penguji I dan II pada Ujian Komprehensif yang telah bersedia menjadi Dosen Penguji Penulis serta memberikan saran dan masukan mengenai Skripsi Penulis.
12. Seluruh Dosen pengajar di jurusan Ilmu Komunikasi beserta seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas segala ilmu dan dedikasinya selama perkuliahan serta Para Staff Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu segala keperluan administrasi baik selama masa perkuliahan maupun dalam proses menyelesaikan skripsi.
13. Bapak Kombes Pol. Supriadi., MM selaku Kepala Bidang Humas Polda Sumatera Selatan, Bapak Kompol Abudani, Bapak Rizal dan seluruh aparat kepolisian khususnya bidang Humas Polda Sumsel yang sudah membantu dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Humas Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan dan juga bersedia membantu dalam proses penulisan dan penelitian skripsi.

14. Seluruh sahabat – sahabat penulis yaitu Ade Amelia Aprilysani (Rily Kehed), Trio Pahae (Hesi dan Sindy Ubey) serta Jessica Aprilia (Cici) dan Agnes Hutahaean, Pakaxa Angkatan 28,29, 30, Grup Sadiman For Life, serta semua sahabat – sahabat ku di organisasi Bujang Gedis Banyuasin dan Cek Bagus Cek Ayu Kota Palembang yang senantiasa berada didekat penulis untuk memberikan semangat, motivasi, dan memacu semangat penulis selama penelitian dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
15. Kepada teman – teman semasa dibangku kuliah dan teman – teman seperjuangan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 yang telah berjuang bersama – sama dari awal semester hingga sekarang. Terimakasih atas waktu dan perjuangan yang telah kita lalui bersama baik dalam kelas maupun diluar kelas

Keterbatasan yang penulis miliki membuat penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Demikian yang dapat penulis sampaikan, terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung hingga terselesainya skripsi ini, dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf atas semua kesalahan dan kekurangan yang ada. Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini dapat memberikan informasi serta manfaat yang berarti bagi pembacanya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ilmu Komunikasi.

Palembang, Maret 2021

Penulis,

Reiza Widya Tama Munthe

NIM. 07031381722242

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR TABEL..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 19 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 19 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 19 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 21 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu..... | 21 |
| 2.2. Pengertian Komunikasi..... | 27 |

| | |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 2.2.1. Jenis – Jenis Komunikasi | 30 |
| 2.3. Komunikasi Massa | 30 |
| 2.3.1. Proses Komunikasi Massa | 31 |
| 2.3.2. Karakteristik Komunikasi Massa..... | 34 |
| 2.3.3. Para Pemain dalam Proses Komunikasi Massa | 34 |
| 2.4. Media Massa | 35 |
| 2.4.1. Definisi Media Massa | 35 |
| 2.4.2. Fungsi dan Peran Media Massa..... | 36 |
| 2.4.3. Karakteristik Media Massa | 38 |
| 2.5. <i>Public Relations</i> | 40 |
| 2.5.1. Pengertian <i>Public Relations</i> | 40 |
| 2.5.2. Fungsi <i>Public Relations</i> | 41 |
| 2.5.3. Strategi <i>Public Relations</i> | 44 |
| 2.5.4. Klasifikasi Strategi <i>Public Relations</i> | 47 |
| 2.5.5. Tujuan Strategi <i>Public Relations</i> | 50 |
| 2.5.6. Ruang Lingkup Kerja <i>Public Relations</i> | 52 |
| 2.6. <i>Media Relations</i> | 54 |
| 2.6.1. Pengertian <i>Media Relations</i> | 54 |
| 2.6.2. Strategi <i>Media Relations</i> | 54 |
| 2.6.3. Kriteria <i>Media Relations</i> | 56 |
| 2.6.4. Tujuan <i>Media Relations</i> | 56 |

| | |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.6.5. Manfaat <i>Media Relations</i> | 57 |
| 2.6.6. Fungsi <i>Media Relations</i> Secara Universal | 58 |
| 2.6.7. Proses <i>Media Relations</i> | 58 |
| 2.7. Teori Yang Digunakan..... | 59 |
| 2.8. Kerangka Teori..... | 60 |
| 2.9. Kerangka Pemikiran | 61 |
| 2.10. Alur Pemikiran | 63 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 64 |
| 3.1. Rancangan Penelitian | 64 |
| 3.2. Definisi Konsep | 65 |
| 3.3. Fokus Penelitian | 66 |
| 3.4. Unit Analisis dan Unit Observasi..... | 71 |
| 3.5. Informan Penelitian..... | 72 |
| 3.5.1. Informan Utama..... | 72 |
| 3.5.2. Informan Pendukung | 73 |
| 3.6. Jenis dan Sumber Data..... | 73 |
| 3.6.1. Jenis Data..... | 73 |
| 3.6.2. Sumber Data | 73 |
| 3.7. Teknik Pengumpulan Data..... | 74 |
| 3.8. Teknik Keabsahan Data..... | 75 |
| 3.9. Teknik Analisis Data | 76 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------|------------|
| BAB IV GAMBARAN UMUM INSTANSI..... | 78 |
| 4.1. Tugas dan Wewenang Kepolisian NKRI | 78 |
| 4.1.1. Tugas Kepolisian NKRI | 78 |
| 4.1.2. Wewenang Kepolisian NKRI..... | 78 |
| 4.1.3. Fungsi Kepolisian NKRI..... | 81 |
| 4.2. Makna Logo | 81 |
| 4.3. Sejarah POLDA Sumatera Selatan | 83 |
| 4.4. Visi dan Misi POLDA Sumatera Selatan..... | 86 |
| 4.5. Visi dan Misi Humas POLDA Sumatera Selatan | 88 |
| 4.6. Struktur Organisasi Divisi Humas POLDA Sumatera Selatan | 89 |
| 4.7. Tata Kelola Bidang Humas POLDA Sumatera Selatan..... | 89 |
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN | 92 |
| 5.1. Hasil dan Pembahasan..... | 92 |
| 5.1.1. Mengelola Relasi..... | 95 |
| 5.1.2. Mengembangkan Strategi..... | 119 |
| 5.1.3. Mengembangkan Jaringan..... | 131 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... | 139 |
| 6.1. Kesimpulan..... | 139 |
| 6.2. Saran..... | 141 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 143 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1.1. Media internasional <i>BBC News</i> meliput aksi unjuk rasa penolakan RUU Cipta Kerja..... | 8 |
| Gambar 1.2. Media internasional <i>Al Jazeera</i> meliput aksi unjuk rasa penolakan RUU Cipta Kerja..... | 9 |
| Gambar 1.3. Media internasional <i>The Australian</i> meliput aksi unjuk rasa penolakan RUU Cipta Kerja | 10 |
| Gambar 1.4. Media internasional <i>The Guardian</i> meliput aksi unjuk rasa penolakan RUU Cipta Kerja..... | 11 |
| Gambar 1.5. Oknum provokator membawa senjata tajam dan bom Molotov yang berhasil diamankan polisi di Kota Palembang..... | 12 |
| Gambar 1.6. Klarifikasi polisi mengenai kabar <i>hoax</i> beredar mahasiswa meninggal di Kota Palembang..... | 13 |
| Gambar 1.7. Bentrok aparat kepolisian dan masyarakat Pemilu 2019 | 15 |
| Gambar 1.8. Bentrok aparat kepolisian dan masyarakat dalam kasus penolakan RKUHP dan UU KPK tahun 2019..... | 15 |
| Gambar 1.9. Bentrok aparat kepolisian dan masyarakat di Empat Lawang..... | 16 |
| Gambar 2.1. Diagram proses komunikasi massa | 33 |
| Gambar 2.2. Bagan hubungan media dan komunikator serta komunikan | 36 |
| Gambar 3.1. Teknik analisis data Creswell | 77 |
| Gambar 5.1. Konferensi Pers Polda Sumsel | 99 |
| Gambar 5.2. <i>Spesial Event</i> Polda Sumsel..... | 100 |
| Gambar 5.3. <i>Spesial Event</i> Polda Sumsel..... | 101 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 5.4. <i>Press Luncheon</i> Polda Sumsel..... | 102 |
| Gambar 5.5. Pemberian Cap Stempel Merah <i>Hoax</i> Polda Sumsel..... | 103 |
| Gambar 5.6. Klarifikasi Pasal <i>Hoax</i> di Instagram Resmi Polisi Sumsel..... | 122 |
| Gambar 5.7. <i>Screenshot</i> Group Whatsapp Wartawan Mitra Humas Polda Sumsel..... | 124 |
| Gambar 5.8. Dokumentasi Internal Multimedia Polda Sumsel..... | 125 |
| Gambar 5.9. Dokumentasi Internal Multimedia Polda Sumsel..... | 125 |
| Gambar 5.10. Dokumentasi Internal Multimedia Polda Sumsel..... | 126 |
| Gambar 5.11. Dokumen Internal Tribun Mitra Humas Polda Sumsel..... | 127 |
| Gambar 5.12. Penangkapan Oknum Provokator..... | 128 |
| Gambar 5.13. Pelayanan <i>Rapid Test</i> Gratis..... | 128 |
| Gambar 5.14. Penyusunan Model Paradigma (<i>Axial Coding</i>) Creswell..... | 184 |

DAFTAR TABEL

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1.1. Indikator penentuan sebuah tone dalam media massa | 6 |
| Tabel 2.1. Penelitian terdahulu | 21 |
| Tabel 2.2. Formula Laswell | 32 |
| Tabel 2.3. Komponen strategi <i>Public Relations</i> | 46 |
| Tabel 5.1. Data pembentukan media..... | 110 |
| Tabel 5.2. Penjabaran strategi <i>media relations</i> humas Polda berdasarkan dimensi mengelola relasi..... | 117 |
| Tabel 5.3. Penjabaran strategi <i>media relations</i> humas Polda berdasarkan dimensi mengembangkan strategi..... | 129 |
| Tabel 5.4. Penjabaran strategi <i>media relations</i> humas Polda berdasarkan dimensi mengembangkan jaringan..... | 137 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Pedoman Wawancara Informan Utama | 146 |
| Lampiran 2. Pedoman Wawancara Informan Pendukung..... | 148 |
| Lampiran 3. <i>Open Coding</i> Transkrip Wawancara dengan Informan Utama 1 | 150 |
| Lampiran 4. <i>Open Coding</i> Transkrip Wawancara dengan Informan Utama 2..... | 156 |
| Lampiran 5. <i>Open Coding</i> Transkrip Wawancara dengan Informan Utama 3 | 162 |
| Lampiran 6. <i>Open Coding</i> Transkrip Wawancara dengan Informan Pendukung 1.... | 167 |
| Lampiran 7. <i>Open Coding</i> Transkrip Wawancara dengan Informan Pendukung 2.... | 171 |
| Lampiran 8. <i>Open Coding</i> Dokumentasi Foto Saat Wawancara | 175 |
| Lampiran 9. <i>Open Coding</i> Surat Pengajuan Penelitian | 182 |
| Lampiran 10. <i>Axial Coding</i> Creswell..... | 183 |
| Lampiran 11. Kartu Bimbingan Pembimbing 1 | 185 |
| Lampiran 12. Kartu Bimbingan Pembimbing 2 | 186 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan instansi maupun perusahaan di Indonesia terus berkembang dengan sangat pesat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) instansi terdiri dari 3 pengertian yaitu badan ataupun lembaga pemerintah, tingkatan pada pengadilan, serta tahapan dalam suatu rapat dan diskusi. Hal ini berarti bahwa instansi merupakan sebagai kesatuan dari organisasi yang pada umumnya dimiliki oleh pemerintah dan bekerja untuk pemerintah dengan mengikuti dasar hukum yang berlaku. Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan bahwa instansi merupakan suatu kelompok bisnis atau organisasi pemerintah guna untuk memberikan layanan kepada khalayak atau masyarakat. Sedangkan pengertian dari perusahaan sendiri yang tertuang dalam undang - undang Pasal 1 huruf (b) nomor 3 tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (UWDP) mengatakan bahwa perusahaan yaitu “setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha dan bersifat tetap dan terus – menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba”. Maka dari itu, pada dasarnya instansi dan perusahaan merupakan suatu badan atau lembaga yang memiliki tujuan, visi dan misi dalam pembentukannya.

Dalam suatu instansi maupun perusahaan tentunya membutuhkan peranan seorang humas (*public relations*) sebagai salah satu faktor penggeraknya. Dewasa ini perkembangan humas di Indonesia sudah semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya lembaga, instansi, serta perusahaan yang menempatkan struktur humas sebagai bagian terpenting dalam struktur keorganisasian nya. Hal ini juga menjadi bukti kuat bahwa bidang humas telah diakui keberadaannya mengingat bahwa humas dapat dikatakan sebagai jembatan yang menghubungkan antara suatu

lembaga dengan publiknya. Terutama dalam tercapainya rasa saling pengertian (*mutual understanding*) antara lembaga dengan publiknya. Melihat hal demikian, maka peran dan fungsi suatu humas (*public relations*) dalam suatu lembaga instansi ataupun perusahaan semakin dibutuhkan. Untuk itu, seorang praktisi humas harus mempunyai kemampuan yang cakap dalam mengelola segala informasi yang dirasa dapat menguntungkan bagi suatu lembaga ataupun organisasi yang bersangkutan.

Seorang praktisi humas memiliki tanggungjawab besar sebagai penghubung antara lembaga dengan publiknya, untuk itu seorang humas harus memiliki rasa toleransi yang tinggi, saling bekerjasama (*mutual symbiosis*), mempunyai itikad baik (*goodwill*), rasa saling percaya (*mutual confidence*), saling pengertian (*mutual understanding*), dan juga saling menghargai (*mutual appreciation*). Fungsi humas yaitu mengupayakan segala hal sehingga memperoleh opini publik yang menguntungkan dan melahirkan citra positif. Humas sebagai *stakeholder* atau penghubung antara lembaga pers maupun berbagai pihak dari luar ataupun kalangan terkait prinsip hubungan yang harmonis dimata publik. Bagi suatu lembaga instansi ataupun perusahaan, citra yang positif merupakan suatu tujuan utama yang hendak diwujudkan oleh praktisi humas. Mengingat citra merupakan suatu yang bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis sehingga wujudnya hanya dapat dirasakan dari persepsi, cerminan pemikiran dan juga emosi seorang individu mengenai penilaian baik dan buruknya suatu lembaga instansi ataupun perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2012:274) dalam buku Manajemen Pemasaran edisi 12 dikatakan bahwa citra perusahaan di definisikan sebagai keyakinan, ide maupun kesan yang dimiliki seseorang dalam suatu objek. Sementara menurut Gregory (2011:63) dalam bukunya yang berjudul "*Marketing Corporate Image*" merupakan suatu kombinasi yang berdampak terhadap observer dari setiap komponen – komponen verbal ataupun visual baik yang di rencanakan ataupun tidak di rencanakan maupun yang berasal dari pengaruh eksternal lainnya. Citra juga harus berdasarkan pada realitas untuk mencapai kinerja humas yang baik. Jika citra

merefleksikan kinerja yang buruk maka itu berarti kesalahan humas dalam mengelola suatu instansi ataupun perusahaan yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap instansi ataupun perusahaan yang bersangkutan. Di era globalisasi yang penuh dengan persaingan ini, tidak hanya publik saja yang membutuhkan lembaga (instansi dan perusahaan), namun justru lembaga lah yang membutuhkan publik. Untuk itu, dalam mewujudkan *public service* dan guna meningkatkan pelayanan umum maka seorang praktisi humas memerlukan strategi komunikasi yang tepat.

Pada dasarnya, strategi komunikasi humas bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai macam permasalahan yang muncul dengan cara mempengaruhi orang yang memiliki berbagai kepentingan penting dari orang lain. Tanggungjawab yang diemban dan di amanahkan kepada praktisi humas sangat membutuhkan kreativitas yang tinggi sehingga seorang humas nantinya dapat membuat dan menyusun strategi yang tepat dalam penjualan jasa atau produk serta terus melakukan inovasi baru untuk mempertahankan citra positif terhadap suatu instansi maupun perusahaan ditengah – tengah masyarakat pada era sekarang ini. Masyarakat yang menjadi sasaran humas terbagi menjadi dua meliputi publik secara internal dan eksternal.

Strategi komunikasi humas tidak cukup hanya menanamkan kepercayaan kepada publik saja, tetapi juga memberikan citra positif yang dapat mengubah pandangan publik terhadap suatu instansi maupun perusahaan. Setiap humas yang bekerja di instansi maupun perusahaan tentunya memiliki strategi yang berbeda dan bermacam-macam sesuai dengan kondisi dari suatu lembaga itu masing-masing. Strategi komunikasi salah satunya memiliki hubungan yang sangat erat dengan perkembangan dan kemajuan komunikasi massa. Ketika instansi ataupun perusahaan menggunakan teknologi sebagai media untuk berkomunikasi dengan khalayak yang besar, maka disitulah akan terjadi komunikasi massa.

Perkembangan komunikasi massa yang sangat pesat kini kian mempengaruhi strategi dari praktisi humas dalam menangani dan mengatasi berbagai macam

masalah yang terjadi di lingkungan masyarakat. Komunikasi massa sendiri memiliki pengertian sebagai suatu proses dimana seorang ataupun kelompok badan, organisasi maupun lembaga tertentu menyusun sebuah pesan lalu kemudian mengirimkannya melalui berbagai macam media kepada masyarakat sebagai khalayaknya yang bersifat anonim dan heterogen. Melalui definisi tersebut dapat diketahui bahwasannya komunikasi massa itu harus menggunakan media massa sebagai alatnya. Sekalipun bila komunikasi tersebut disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti ketika rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri ratusan hingga ribuan orang bahkan mungkin puluhan ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa seperti majalah, surat kabar, televisi, radio dan lain sebagainya maka itu semua tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa.

Definisi dan pengertian komunikasi massa yang lebih merinci dikemukakan oleh seorang ahli komunikasi yaitu Gerbner yang di kutip oleh Rakhmat dalam buku Elvinaro Komunikasi Massa Suatu Pengantar (2007:3) yang berisi pengertian bahwa komunikasi massa merupakan suatu produksi dan distribusi yang berlandaskan pada teknologi dan juga lembaga dari arus pesan yang kontinyu. Berdasarkan definisi tersebut digambarkan bahwasannya komunikasi massa itu dapat menghasilkan suatu produk berupa pesan – pesan komunikasi. Kemudian produk tersebut disebarluaskan, selanjutnya di distribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu yang tetap. Proses produksi pesan ini tidak dapat dilaksanakan oleh perorangan, melainkan harus melibatkan suatu lembaga dan juga membutuhkan suatu teknologi tertentu.

Menurut Littlejohn dan Foss (2009:623-624) dalam buku Teori Komunikasi Edisi 9 menyatakan bahwa terdapat tiga jenis paradigma yang mengatakan bahwa media menjadi sebuah kajian utama di dalam penelitian komunikasi massa, Adapun ketiga jenis paradigma itu meliputi :

1. Paradigma kekuatan efek media yang melihat dari segi kuatnya pengaruh media terhadap khalayak massa.

2. Paradigma efek terbatas atau efek minimalis terhadap khalayak massa.
3. Paradigma efek kumulatif media terhadap khalayak massa.

Berdasarkan beberapa definisi dan pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa sebagai media penyampai informasi kepada khalayak dalam kegiatan berkomunikasi pada komunikasi massa. Dimana media yang termasuk dalam kelompok media massa yaitu televisi, radio, majalah, serta surat kabar. Selanjutnya, komunikasi massa dalam artian skala besar adalah berupa konten publik yang mengalir satu arah dan tidak lagi hanya dimiliki oleh media massa tradisional saja melainkan juga meliputi media baru seperti internet dan teknologi *mobile*. Dengan munculnya media baru (*new media*) maka aktifitas komunikasi massa memiliki jangkauan yang lebih luas namun kurang terstruktur dan juga sering kali bersifat interaktif dan individualis.

Kemunculan media baru (*new media*) membantu dalam menjangkau informasi yang berasal dari seluruh dunia dalam waktu yang sangat cepat. Media massa merupakan wujud nyata dari munculnya media baru (*new media*). Melalui media masaa, setiap orang dapat memperoleh semua *tone* informasi baik itu yang bersifat positif, netral atau bahkan informasi yang berisi pesan negatif. Melalui pengujian lebih dalam isi pesan yang terdapat pada suatu media dan mengidentifikasinya, seorang *public relations* dapat menentukan bagaimana kecenderungan pemberitaan yang terbentuk, apakah positif, negatif atau mungkin netral. Adapun menurut Stacks (2006:68) setelah melihat/membaca/mendengar berita di media massa, *tone* merupakan identifikasi untuk menandai pesan yang bersifat positif, netral (*balance*), dan negatif. Dengan adanya analisis isi pesan dan kemudian mengetahui hasilnya, diharapkan hal tersebut dapat dijadikan referensi bagi langkah perusahaan pada waktu yang akan datang atau bagaimana suatu perusahaan membuat kebijakan baru bagi publiknya. Berikut merupakan indikator penentu sebuah *tone* dalam penerimaan informasi di media massa :

Tabel 1.1. Indikator Penentuan Sebuah Tone dalam Media Massa

| Tone | Deskripsi |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Positif | Peliputan media membuat pembaca mendukung, merekomendasikan, dan/ atau bersedia bekerjasama dengan perusahaan / instansi maupun <i>brand</i> . |
| Netral | Peliputan media tidak mengandung sentimen tertentu, hanya melaporkan fakta yang ada. Dalam pemberitaan yang negatif, sebuah artikel bisa saja bersifat netral jika hanya menyuguhkan fakta tanpa ada komentar editorial. Jika perusahaan / instansi maupun <i>brand</i> berada dalam kondisi yang tidak baik, paling tidak perusahaan / instansi dan <i>brand</i> berupaya untuk mendapatkan peliputan yang bersifat netral. |
| Negatif | Peliputan media membuat pembaca tidak mau mendukung dan berbanding terbalik dengan instansi ataupun <i>brand</i> sehingga tidak mau menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan / instansi ataupun <i>brand</i> tersebut. |

Sumber : Dikutip dari Eisenmann (2012:112) dalam Jurnal Manajemen Krisis Humas SKK Migas Perwakilan Sumatera Bagian Selatan dalam Mengelola Krisis Instansi pada tanggal 21 Oktober 2020 pukul 23.20 WIB

Dalam hubungan dan kaitannya dengan politik media massa memberikan arena serta seperangkat saluran guna untuk pembuatan kebijakan seperti menyediakan alat bagi para politisi dan agen pemerintahan untuk kemudian melakukan publisitas dan menanamkan pengaruh. Adapun salah satu penerapan dari kaitan politik media massa yaitu adanya pembuatan rancangan undang – undangan (RUU) Cipta Kerja yang di

tetapkan oleh lembaga Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) tahun 2020. Media massa memiliki pengaruh yang terbilang sangat besar pada kasus ini. Pasalnya begitu banyak kejanggalan yang timbul pasca munculnya kabar akan diresmikannya rancangan undang – undang (RUU) Cipta Kerja tahun 2020 ini. Pemberitaan yang terus menyebar di media massa memicu timbulnya berbagai macam kesalahpahaman dan konflik. Dalam hal ini, hubungan baik dengan media atau *media relations* sangat berpengaruh besar dikarenakan aksi unjuk rasa ataupun demonstrasi merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa yang dilakukan sekelompok orang demi mewujudkan suatu kepentingan tertentu dan juga mendorong adanya tindakan unjuk rasa yang dilakukan oleh para buruh kerja dan juga mahasiswa. Fakta menunjukkan bahwa terdapat 90% informasi yang disampaikan oleh pihak humas kepada media massa tidak disampaikan oleh pihak media. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan diantaranya tulisan atau informasi yang dibuat oleh pihak humas dianggap kurang berkualitas ataupun hanya dianggap sebagai sekedar iklan yang hanya memberikan keuntungan kepada pihak perusahaan atau organisasi itu sendiri dan yang lebih parah lagi dapat disebabkan pula oleh tidak adanya hubungan yang baik antara pihak perusahaan ataupun instansi dengan media massa tersebut.

Berdasarkan fakta ini, maka alasan pertama dan kedua masih bisa diterima. Akan tetapi alasan yang terakhir yaitu pihak humas tidak memiliki hubungan baik dengan pihak media sangatlah disayangkan dan menyedihkan. Oleh sebab itu, maka dibutuhkannya hubungan yang baik antara pihak humas dengan media massa. Fakta ini tidak dapat dipungkiri mengingat fenomena yang terjadi di lapangan. Pesan yang disampaikan oleh pihak humas baik berupa iklan, *advertorial*, maupun *news* akan diberitakan oleh media massa dan ditentukan oleh hubungan yang baik dengan media massa (baik dengan institusi medianya maupun wartawan).

Dalam kasus ini, aksi unjuk rasa ini pun dilakukan secara serempak di seluruh Indonesia. Adapun kegiatan unjuk rasa ini didasari oleh adanya kepentingan berupa tuntutan yang dilakukan oleh sekelompok orang ataupun organisasi tertentu yang

sudah diatur dalam Undang – Undang No. 9 Tahun 1998 tentang Kebebasan Menyampaikan Pendapat di Muka Umum yaitu terdapat dalam pasal 1 ayat 3 yang berbunyi “ Unjuk rasa atau Demonstrasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih untuk mengeluarkan pikirannya”.

Aksi unjuk rasa penolakan RUU Cipta Kerja yang dilakukan oleh pihak buruh dan mahasiswa ini ternyata tidak hanya meramaikan media massa dalam negeri saja, namun juga sampai meramaikan media massa internasional. Dilansir dari website resmi Tribun News (www.tribunnews.com) dikatakan bahwa isu ini dimuat oleh berbagai portal berita luar negeri salah satunya yaitu BBC News.

Gambar 1.1.

Media Internasional BBC News Meliput Aksi Unjuk Rasa Penolakan RUU Cipta Kerja



(Sumber: <https://www.bbc.com/news/world-asia-54460090> diakses pada tanggal 22 Oktober 2020 pukul 19.57 WIB)

Media asing yang juga meliput aksi unjuk rasa penolakan RUU Cipta Kerja yaitu Al Jazeera yang merupakan media berbahasa Arab dan Inggris berbasis di Doha, Qatar. Dalam pemberitaannya (Kamis, 08/10/2020) Al Jazeera memasukkan beberapa foto bentrokan yang terjadi antara para demonstran dengan aparat

kepolisian beserta aksi bakar ban serta gas air mata yang ditembakkan oleh pihak aparat keamanan. Bukannya memuat berita tentang penjelasan RUU Cipta Kerja, *Al Jazeera* justru lebih fokus pada foto – foto selama berlangsungnya aksi unjuk rasa. Berikut adalah kutipan dari berita yang disampaikan dalam media internasional *Al Jazeera* :

“Dalam 2 hari terakhir hampir 600 orang ditahan dan 2 orang pelajar cedera serius, sementara polisi menggunakan gas air mata dan meriam air untuk membubarkan demonstran...”

Gambar 1.2.

Media Internasional Al Jazeera Meliput Aksi Unjuk Rasa Penolakan RUU Cipta Kerja



(Sumber : www.aljazeera.com diakses pada tanggal 22 Oktober 2020 pukul 20.03 WIB)

Selanjutnya yaitu media *The Australian* yang menyoroti isu ini dalam artikel berjudul “*Indonesian Unions Threaten To Go Out of New labour law*” yang memuat informasi bahwa serikat pekerja di seluruh Indonesia mengancam akan melakukan mogok kerja dan protes untuk menentang RUU Cipta Kerja tersebut.

"UU baru secara signifikan mengubah kompensasi pekerja seperti pesangon, cuti berbayar, asuransi kesehatan dan hak pensiun. Sekelompok investor mengeluarkan pernyataan peringatan bahwa UU tersebut dapat membahayakan hutan Indonesia," tulis The Australian pada artikelnya tersebut.

Gambar 1.3.

Media Internasional The Australian Meliput Aksi Unjuk Rasa Penolakan RUU Cipta Kerja



(Sumber: www.theaustralian.com diakses pada tanggal 22 Oktober pukul 22.17 WIB)

Media asing lainnya yaitu media asal Inggris "The Guardian" yang juga mengangkat isu ini dalam artikel berjudul "Indonesia Mass Strikes loom Over Cuts to Environmental Safeguards and Workers Right" yang mengungkapkan bahwasannya kelompok masyarakat yang mewakili jutaan pekerja di Indonesia akan melakukan aksi mogok sebagai wujud tanggapan atas protes penolakan RUU Cipta Kerja tahun 2020. Berikut merupakan kutipan dari pemberitaan yang termuat dalam media asal Inggris *The Guardian* :

"Pemerintah berpendapat UU akan membuat negara lebih menarik bagi investor di saat ekonomi sedang terguncang akibat dampak Covid-19. Jutaan orang kehilangan pekerjaan akibat pandemi yang menginfeksi lebih dari 300 ribu orang di Indonesia,"

Gambar 1.4.
Media Internasional The Guardian Meliput Aksi Unjuk Rasa Penolakan
RUU Cipta Kerja



(Sumber: www.theguardian.com diakses pada tanggal 22 Oktober 2020 pukul 22.20 WIB)

Banyaknya media asing (internasional) yang turut meliput aksi unjuk rasa penolakan RUU Cipta Kerja ini merupakan salah satu bukti nyata kekuatan komunikasi massa melalui media massa berbasis internet (*new media*). Dalam menanggapi penyebaran berita aksi unjuk rasa kasus penolakan rancangan undang – undang (RUU) Cipta Kerja ini tentunya dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat khususnya strategi *media relations* humas dalam menangani permasalahan ini. Pemberitaan tentang isu RUU Cipta Kerja yang tengah menyebar luas di seluruh media dan di tengah – tengah masyarakat kini tidak semuanya dapat dipercaya begitu saja. Di zaman era globalisasi yang semakin maju seperti sekarang ini begitu banyak kemudahan untuk oknum tertentu dalam memprovokasi dan mengadu domba masyarakat dengan cara menyebarkan *hoax* atau kabar bohong, misalnya seperti pemberitaan negatif yang menyudutkan kepada pihak kepolisian. Berbagai pemberitaan kerap bermunculan di media saat berlangsungnya aksi unjuk rasa

penolakan RUU Cipta Kerja khususnya di Provinsi Sumatera Selatan. Kejadian ini sangat meresahkan karena dianggap sebagai pemicu keributan yang berujung bentrok antara aparat kepolisian dengan masyarakat.

Gambar 1.5.

Oknum Provokator Membawa Senjata Tajam dan Bom Molotov yang Berhasil Diamankan Polisi di Kota Palembang



(Sumber : <https://news.okezone.com/read/2020/10/07/610/2289993/demo-tolak-uu-omnibus-law-di-palembang-puluhan-orang-diamankan-diduga-provokator> diakses pada tanggal 26 Oktober pukul 11.06 WIB)

Begitu banyak kabar *hoax* ataupun kabar bohong yang beredar untuk menjatuhkan nama baik kepolisian di media sosial diseluruh provinsi salah satunya yaitu Sumatera Selatan. Para oknum provokator tersebut berusaha untuk mengadu domba aparat kepolisian dengan masyarakat. Namun, beberapa dari kabar *hoax* tersebut akhirnya di klarifikasi oleh kepolisian daerah (POLDA) Sumatera Selatan melalui saluran media cetak dan juga elektronik seperti www.kompas.com.

Gambar 1.6.

Klarifikasi Polisi Mengenai Kabar Hoax Beredar Mahasiswa Meninggal di Kota Palembang



(Sumber : www.kompas.com diakses pada tanggal 26 Oktober 2020 pukul 11.07

WIB)

Kepolisian merupakan salah satu lembaga pemerintah yang bertugas untuk melindungi dan menjadi pelayan bagi masyarakat. Dalam Undang – Undang Nomor 2 Tahun 2002 berisi Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia disebutkan bahwa kepolisian merupakan salah satu fungsi dari pemerintahan negara di bidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegak hukum, perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat. Beberapa bentuk pelayan kepada masyarakat yang dilakukan oleh kepolisian Republik Indonesia (POLRI) antara lain yaitu pembuatan atau perpanjangan Surat Izin Mengemudi (SIM), pembuatan Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK), pembuatan atau perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), pembuatan Bukti Kepemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB), pengajuan perijinan kegiatan, serta pengajuan perijinan senjata.

Selain melakukan pelayanan kepada masyarakat, aparat kepolisian juga bertugas untuk menjaga keamanan dan ketertiban dalam lingkungan bermasyarakat. Dengan demikian, polisi dituntut untuk lebih dekat dengan masyarakat demi terciptanya hubungan yang sinergis dan harmonis antara pihak polisi dan juga

masyarakat. Polisi dan masyarakat juga harus dapat bekerjasama dalam pemberantasan berbagai pelanggaran hukum ataupun tindak kriminal yang marak terjadi di lingkungan bermasyarakat guna terciptanya kondisi negara Indonesia yang aman dan damai.

Peran kepolisian sebagai salah satu pilar keamanan di Negeri ini menjadikan beban tugas dan peran Kepolisian menjadi perhatian masyarakat. Perkembangan masyarakat yang berubah seiring dengan adanya perubahan sosial dibidang politik, ekonomi, budaya serta perubahan status sosial menjadikan peran polri dalam menjalankan tugas juga di pengaruhi oleh faktor tersebut. Maka semakin besarlah peran dan tugas polri di tengah masyarakat. Untuk itu keberadaan humas kepolisian diharapkan dapat membantu dan berperan aktif dalam menjalankan serta mensosialisasikan kebijakan serta peraturan yang berhubungan dengan masyarakat.

Hubungan yang baik antara pihak kepolisian dan masyarakat sangatlah penting, namun tidak menutup kemungkinan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat pada polisi dewasa ini semakin berkurang. Hal ini disebabkan oleh adanya persepsi negatif antara masyarakat pada tubuh polisi yang beredar di tengah kehidupan bermasyarakat. Persepsi negatif masyarakat terhadap aparat kepolisian tersebut disebabkan karena beberapa faktor diantaranya yaitu adanya kabar bohong (*hoax*) yang beredar di lingkungan masyarakat dan memojokkan posisi aparat kepolisian. Selain itu hal yang menyebabkan persepsi negatif ini bermunculan ditengah masyarakat yaitu dikarenakan adanya beberapa oknum kepolisian yang melakukan bentrok dengan masyarakat pada saat berlangsungnya aksi unjuk rasa penolakan RUU Cipta Kerja beberapa hari yang lalu. Permasalahan bentrok yang terjadi antara aparat kepolisian dengan masyarakat di Sumatera Selatan juga terjadi di beberapa kasus lainnya, diantaranya seperti pada masa pemilihan umum (Pemilu) Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019.

Gambar 1.7.
Bentrok Aparat Kepolisian dan Masyarakat Pemilu 2019



(Sumber : www.sumeks.co diakses pada tanggal 10 November 2020 pukul 15.21 WIB)

Kasus bentrok antara aparat kepolisian dan masyarakat selanjutnya terjadi pada kasus penolakan Rancangan Kitab Undang – Undang Hukum Pidana (RKUHP) dan revisi Undang - Undang Komisi Pemberantasan Korupsi (UU KPK) tahun 2019 silam.

Gambar 1.8.
**Bentrok Aparat Kepolisian dan Masyarakat dalam Kasus Penolakan
RKUHP dan UU KPK tahun 2019**



(Sumber : www.merdeka.com diakses pada tanggal 10 November 2020 pukul 15.26 WIB)

Tidak hanya itu saja, permasalahan bentrok antara aparat kepolisian dan masyarakat juga terjadi di provinsi Sumatera Selatan yaitu kabupaten Empat lawang pada tanggal 31 Juli 2019 yang lalu. Bentrokan dipicu oleh sekelompok massa yang merasa tidak terima karena rekan salah satu rekan mereka dicari anggota kepolisian sektor Ulu Musi dalam kasus pengancaman terhadap pengurus lembaga swadaya masyarakat setempat.

Gambar 1.9.

Bentrok Aparat Kepolisian dan Masyarakat di Empat lawang



(Sumber : www.tempo.co dikutip pada tanggal 10 November 2020 pukul 15.46 WIB)

Beberapa permasalahan bentrok antara oknum aparat kepolisian dan masyarakat di provinsi Sumatera Selatan tersebut menyebabkan masyarakat menganggap bahwa seluruh aparat kepolisian saat ini bukanlah menjadi pelindung masyarakat namun justru malah menyerang masyarakat. Beberapa kasus bentrok antara aparat kepolisian dengan masyarakat semakin marak terjadi beberapa tahun belakang ini khususnya di provinsi Sumatera Selatan.

Kepolisian Daerah Sumatera Selatan disingkat Polda Sumsel adalah pelaksana tugas Kepolisian RI di wilayah Provinsi Sumatera Selatan. Saat ini, Polda Sumatera Selatan dipimpin oleh seorang kepala kepolisian daerah yang berpangkat bintang dua atau Inspektur Jenderal Polisi bernama Prof. Dr. Eko Indra Heri, M.M yang menggantikan Inspektur Jenderal Polisi Priyo Widyanto. Beliau dilantik langsung

oleh Kapolri Idham Azis, di ruang Rupatama, Mabes Polri Jakarta, Jumat (8/5/2020) pagi. Sosok Irjen Pol Prof. Dr. Eko Indra Heri, S., MM sendiri bukanlah orang baru lagi di Polda Sumsel sehingga beliau sangat memahami dan akan cepat beradaptasi untuk menjalankan tugasnya sebagai Kapolda Sumsel. Sosok yang dikenal sangat baik, tegas dan berwibawa ini adalah harapan baru bagi Polda Sumatera Selatan untuk menunjukkan kiprahnya dalam menjalankan tugas dan menuangkan segala pola pikir serta ide-ide kreatifnya agar Polda Sumsel semakin eksis dalam kinerjanya mengayomi, melindungi dan melayani masyarakat.

Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada instansi kepolisian daerah (POLDA) provinsi Sumatera Selatan dikarenakan maraknya berita hoax / kabar bohong mengenai bentrok antara aparat kepolisian dengan masyarakat pada kasus – kasus unjuk rasa yang terjadi belakangan ini khususnya di provinsi Sumatera Selatan serta besarnya pengaruh media terhadap kasus unjuk rasa yang menyebar dengan sangat cepat di media massa kemudian memicu kepada kesalahpahaman dan terjadinya konflik. Selain itu juga penulis telah menyaksikan sendiri suasana yang terjadi selama berlangsungnya aksi unjuk rasa yang di kota Palembang serta penulis juga melihat bahwa kepolisian daerah (POLDA) Sumatera Selatan berperan sangat kuat dan penting dalam menangani aksi unjuk rasa kasus penolakan rancangan undang – undang Cipta Kerja tahun 2020 ini. Seluruh masyarakat yang terdiri dari mahasiswa dan para buruh yang berasal dari seluruh daerah di Provinsi Sumatera Selatan dan sekitarnya berbondong – bondong datang ke ibu kota Sumatera Selatan yaitu Palembang untuk melakukan aksi unjuk rasa penolakan rancangan undang – undang (RUU) Cipta Kerja tahun 2020 didepan kantor Dewan Permusyawaratan Rakyat Daerah (DPRD) Sumatera Selatan. Dalam hal ini, Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan bertanggungjawab penuh dalam mengatasi setiap permasalahan yang terjadi selama aksi unjuk rasa. Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan mengerahkan seluruh jajaran kepolisian di Sumatera Selatan seperti Kepolisian Resor Kota Besar (Polrestabes), Kepolisian Resor (Polres),

Kepolisian Sektor (Polsek) dan beberapa jajaran kepolisian lainnya untuk ikut andil berperan menjadi benteng pertahanan dalam menjaga dan mengamankan jalannya aksi unjuk rasa yang terjadi di provinsi Sumatera Selatan.

Berdasarkan dari beberapa kasus aksi unjuk rasa yang berujung bentrok diatas dan berdasarkan hasil pra riset yang telah dilakukan peneliti di kawasan Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan didapatkan data bahwa divisi humas Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan menggunakan beberapa strategi humas guna menangani kasus demonstrasi seperti yang terjadi pada tahun 2019 silam dalam kasus penolakan RKUHP dan UU KPK. Adapun strategi humas yang digunakan yaitu dengan beberapa cara diantaranya yaitu mendefinisikan berbagai permasalahan yang terjadi, menyiapkan rencana dan program kerja, dan melakukan kegiatan evaluasi dari program yang sudah dilaksanakan.

Dalam melaksanakan tugasnya sebagai pengayom dan pelindung masyarakat, maka humas Polda Sumsel perlu menunjukkan kerja kerasnya dalam menghadapi dan menangani aksi unjuk rasa kasus penolakan RUU Cipta Kerja yang kerap ramai menjadi pemberitaan di media belakangan ini. Kemunculan media baru (*new media*) berupa internet yang terus berkembang pesat ini memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan komunikasi massa yang dalam kasus ini berkaitan dengan citra baik aparat kepolisian. Untuk itu, berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi *media relations* yang diterapkan oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan dalam menangani aksi unjuk rasa kasus penolakan RUU Cipta Kerja dan peneliti mengangkat judul penelitian **“Strategi Media Relations Humas Kepolisian Daerah (POLDA) Sumatera Selatan dalam Menangani Aksi Unjuk Rasa Kasus Penolakan Rancangan Undang – Undang Cipta Kerja Tahun 2020”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Bagaimana strategi *media relations* humas kepolisian daerah (POLDA) Sumatera Selatan dalam menangani aksi unjuk rasa kasus penolakan rancangan undang – undang (RUU) Cipta Kerja tahun 2020 ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui strategi *media relations* humas kepolisian daerah (POLDA) Sumatera Selatan dalam menangani aksi unjuk rasa kasus penolakan rancangan undang – undang (RUU) Cipta Kerja tahun 2020.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini terdiri dari :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi *media relations* humas dan untuk menambah wawasan tentang deskriptif kualitatif suatu penelitian dalam bidang kepolisian yaitu POLDA Sumatera Selatan dalam menangani aksi unjuk rasa kasus penolakan RUU Cipta Kerja.

2. Manfaat Praktis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya. Dan diharapkan penelitian ini dapat membantu para pembaca untuk mengetahui strategi *media relations* yang dilakukan oleh departemen humas kepolisian daerah (POLDA) Sumatera Selatan dalam menangani aksi unjuk rasa kasus penolakan RUU Cipta Kerja tahun 2020 dan kemudian mampu menangkap inti pesan moral dalam kasus ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto, Elvinaro dan Sumirat, Soleh. 2005. *Dasar-dasar Public Relations*. Cetakan Ketiga. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Anggoro, M. Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Burton, Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra
- Creswell, John W. 2019. *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, Edisi ke 4. Terjemahan Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini Pancasari. Pustaka Pelajar, Yogyakarta. 368 hal.
- Gregory, R. James and Jack G. Wiecham. 2011. *Marketing Corporate Image*. Jakarta.
- Iriantara, Yosol. 2019. *Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jepkins, Frank. 1992. *Public Relations Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono. 2014. *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Liliwer, Alo. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nova, Firsan. 2012. *Public Relations*. Jakarta: PT. Media Bangsa.

Nurudin. 2008. *Hubungan Media, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sudiby, Agus. 2014. *Strategi Media Relations*. Jakarta: PT. Gramedia.

Sujanto, Raditia Yudistira, M.A. 2019. *Pengantar Public Relations di Era 4.0 Teori, Konsep, dan Praktik Kasus Terkini* . Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Wardhani, IGK. 2008. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Widjaja. 2010. *Komunikasi: Komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jurnal :

Aziz, Muhammad Hilmy . 2020. *Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim Dalam Menangani Pemberitaan Hoax di Media Sosial*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hafizah, Evi. 2018. *Strategi Public Relations dalam Membangun Hubungan Dengan Media*.
Dikutip dari <https://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/alhikmah/article/view/80>. 19
November 2020.

Meglian, Meri & Yuli Nugraheni, Djudy Djoko. 2016. *Strategi Media Relations PT. Semen Indonesia (PERSERO) Tbk dalam Menjaga Citra Positif Pada Kasus Proyek Pembangunan Pabrik Semen di Rembang*. Jurnal Ilmiah Komunikasi Volume 5.

Wirayuda, Didi. 2013. *Strategi Media Relations Humas Polda Riau dalam Meningkatkan Citra Positif Kepolisian*. Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Negerisultan Syarif Kasimriau.

Yuniarti, Tatik dan Winda Primasari. *Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam Upaya Penanganan Wartawan Tidak Resmi*. Dikutip dari http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/1763. 16 Januari 2021.

Internet :

Okezone.com. (2020, 07 Oktober). Demo tolak UU Omnibus Law di Palembang, Puluhan Orang Diamankan Diduga Provokator. Diakses pada tanggal 26 Oktober pukul 11.06 WIB, dari [https://news.okezone.com/read/2020/10/07/610/2289993/demo-toIak-uuomnibus-law-di-palembang-puluhan-orang-diamankan-diduga-provokator\(2020](https://news.okezone.com/read/2020/10/07/610/2289993/demo-toIak-uuomnibus-law-di-palembang-puluhan-orang-diamankan-diduga-provokator(2020)

BBC News. (2020). *Indonesia: Thousand Protest Against 'Omnibus Law' on Jobs*. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2020 pukul 19.57 WIB dari <https://www.bbc.com/news/world-asia-54460090>

Kompas.com. (2019, 24 September). Polisi Pastikan Kabar Mahasiswa yang Meninggal Saat Kericuhan di Palembang Hoaks. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2020 pukul 11.07 WIB, dari www.kompas.com

Aljazeera. (2020, 08 Oktober). Diakses pada tanggal 22 Oktober 2020 pukul 20.03 WIB, dari www.aljazeera.com The Guardian. (2020). *Indonesia Mass Strikes Loom Over Cuts to Environmental Safeguards and Workers Right*. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2020 pukul 22.20 WIB, dari www.theguardian.com.