

Membangun Kepercayaan Masyarakat Melalui *Public Relations*

Oleh : Brigjen Pol. Drs. SULISTYO ISHAK, SH, M.Si

PENDAHULUAN

Kepercayaan masyarakat terhadap Polri menjadi salah satu prasyarat untuk tercapainya keberhasilan Polri didalam melaksanakan berbagai tugas dan pelaksanaan tugas pokok Polri dalam memelihara Kamtibmas, menegakkan hukum, melindungi, mengayomi dan melayani masyarakat membutuhkan tanggung jawab semua personil Polri.

Keberhasilan Polri dalam mengungkap berbagai kasus terorisme (kasus jaringan Noordin M.Top), Narkotika dan kasus besar lainnya telah mendapat apresiasi dari pimpinan negara, tokoh masyarakat dan berbagai lapisan masyarakat serta kalangan internasional telah membuat kepercayaan masyarakat terhadap Polri semakin tinggi.

Beberapa peristiwa yang dipublikasikan media baik cetak, elektronik maupun dunia maya atas kinerja Polri dalam penanganan kasusnya telah menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap Polri (kasus Bibit Chandra, kasus pencurian buah dan perilaku anggota Polri dilapangan).

Kehadiran Public Relations (PR) bagi suatu instansi, organisasi atau perusahaan merupakan suatu keharusan. Berbagai kegiatan, peristiwa bahkan kasus yang melibatkan kepentingan masyarakat semakin menuntut hadirnya pengelolaan publik relations yang handal. Dalam kondisi dimana pemerintah dan masyarakat semakin terbuka serta kritis, **faktor accountability** setiap organisasipun selalu menjadi permasalahan utama penampilan citra

organisasi

Polri dalam mengemban tugasnya sebagai Harkamtibmas, penegak hukum, pelindung, pengayom dan pelayan masyarakat dituntut untuk profesional dan kehadirannya diharapkan dapat memerankan sebagai Public Relations-nya Polri dalam rangka meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Polri.

PUBLIC RELATIONS

Menurut **Prof. Ermil H. Tabrani**, **Public Relations** adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi. Sebagai sebuah profesi, seorang petugas **Public relations** bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati dan membangkitkan ketertarikan

masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Menurut **Bertrand R. Confield** fungsi Public Relations (PR) meliputi :

- ▶ Mengabdikan kepada kepentingan umum (*It should serve the public interest*).
- ▶ Memelihara komunikasi yang baik (*maintaince good communication*).
- ▶ Menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik (*stress good moral and manners*).

Seorang petugas **Public Relations** selanjutnya diharapkan untuk membuat program – program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya – upayanya mempertahankan, menciptakan dan memelihara pengertian bersama antara Polri dan masyarakat.



Kadiv Humas Polri saat memberikan keterangan pers di hadapan wartawan

FOTO: BID PRODUK DIV HUMAS POLRI

Tujuan utama *Public Relations* adalah membina hubungan baik dengan Pers dan pihak luar serta memperoleh *image* yang baik terhadap organisasi sendiri. Tujuan tersebut akan tercapai jika kondisi pendukung sudah dibentuk seperti membentuk *Good Will*, adanya toleransi, saling kerjasama, mempercayai, pengertian dan menghargai.

Kunci terbentuknya kondisi *Public Relations* yang baik sangat tergantung kepada sikap pribadi seorang petugas *Public Relations*. Sikap rendah hati, etis, ramah, sabar dan penampilan yang rapi adalah sikap yang menarik simpati orang lain kepada petugas *Public Relations*.

MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT MELALUI PUBLIC RELATIONS

Membangun kepercayaan masyarakat melalui *Public Relations* bukanlah masalah yang sederhana dalam mengangkat citra positif suatu organisasi tetapi merupakan pekerjaan besar yang didasari dengan tujuan membina hubungan baik dengan masyarakat untuk memperoleh *image* yang baik tentang Polri. Pada dasarnya pelaksana *Public Relations*

itu adalah semua anggota Polri, terutama para pelaksana dilapangan sehingga segala ucapan perilaku, tindakan dan penampilan anggota Polri dilapangan akan membentuk *image public*.

Salah satu fungsi *Public Relations* adalah menjamin komunikasi dan relasi dengan publik serta organisasi. Dampak dari terwujudnya fungsi ini adalah pencapaian tugas organisasi.

Koran / Negara	Berita	TV	Gereja	Pemimpin Nasional
Amerika Serikat	68	73	60	49
Kanada	71	81	47	53
Perancis	68	74	35	41
Jerman	84	90	40	40
Italia	63	67	52	38
Meksiko	74	75	79	72
Spanyol	60	64	40	27
Inggris	53	85	44	28

Tujuan organisasi itu dibantu pencapaiannya melalui kegiatan *Public Relations* dengan meningkatkan, menjaga atau memperbaiki prestise organisasi, mendeteksi dan menangani isu-isu yang berkembang dan mengatasi kesalahpahaman dan prasangka.

Perlu dipahami bahwa organisasi Polri ialah merupakan unsur pemerintahan selaku alat Negara penegak hukum yang melaksanakan penyelidikan dan penyidikan, memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, melindungi masyarakat dan melayani masyarakat tentunya akan mendapatkan penilaian secara positif dan negatif dari masyarakat pengguna jasa Kepolisian yang akan memberi-

kan citra atau *image* terhadap Polri.

Sebagai gambaran bahwa opini public ataupun *image* terhadap organisasi akan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan dari pemberi atau pembuat berita sebagaimana tabel dibawah ini :

PERINGKAT PERSENTASI LEMBAGA YANG DAPAT DIPERCAYA

Ket : Dampak media pada opini publik (sumber ; The Times Mirror Center for the People and the Press, Los Angeles, diterbitkan dalam Los Angeles Time, 16 Maret 1994)

Gambaran diatas menunjukkan bahwa situasi yang sama telah terjadi di negara Indonesia khususnya pemberitaan dan opini yang muncul di tengah masyarakat pada dewasa ini.

Humas Polri sesuai tugas pokok, peranan dan fungsinya, bila dilaksanakan dengan profesional dan akuntabel, akan dapat memberikan dukungan kepercayaan masyarakat terhadap Polri dan pada gilirannya keberhasilan tugas Polri dapat dirasakan oleh masyarakat.

Tugas Pokok Humas Polri adalah membangun opini masyarakat terhadap Polri sebagai pemelihara keamanan dan ketertiban, pelindung, pengayom, pelayan masyarakat serta penegak hukum yang profesional dan proporsional serta dapat dipercaya masyarakat melalui pengelolaan informasi.

Peranan Humas Polri sebagai penghubung antara organisasi Polri dengan instansi terkait bidang kehumasan dan masyarakat yang positif dengan instansi terkait dan lembaga



Salah seorang anggota Polri memberikan informasi kepada masyarakat

FOTO: BID PRODUK DIV HUMAS POLRI

yang saling menguntungkan, memberikan dukungan manajemen dalam fungsi organisasi Polri serta membangun persepsi, citra dan opini positif bagi Polri dari masyarakat.

FUNGSI HUMAS POLRI :

Menunjang kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian organisasi Polri untuk membangun persepsi, citra dan opini positif institusi Polri.

Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari Polri kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada Polri.

Memberikan pelayanan informasi kepada publik dan anggota Polri serta saran kepada pimpinan demi kepentingan umum.

Menjembatani permasalahan yang

paransi public melalui operasional rencana aksi dengan *membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi public* serta dalam rangka meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada Polri.

Pemahaman anggota Polri terhadap informasi yang perlu disampaikan kepada masyarakat / publik.

Informasi yang diperoleh Polri harus dikelola dengan tepat dan benar sebelum dipublikasikan.

Semua anggota Polri sebagai pengembangan fungsi kehumasan / Public Relations (PR).

SASARAN :

Publik Relations (PR) yang profesional (melalui pelatihan, memiliki

Kehumasan (PR, PS, Cameramen, Fotografer dan Dikbangspes Kehumasan) untuk meningkatkan sumber daya manusia Polri yang profesional dalam melaksanakan tugas.

Melaksanakan Penerangan Kesatuan dengan memberikan petunjuk / arahan tentang pelaksanaan tugas kepada anggota Polri melalui sosialisasi atas opini yang muncul di media / masyarakat.

Melaksanakan kegiatan dokumentasi dan peliputan operasional kepolisian dalam setiap pelaksanaan tugas anggota dilapangan sebagai bahan evaluasi.

Bersama – sama dengan pakar komunikasi dalam upaya pencitraan / membangun kepercayaan masyarakat kepada Polri.

Memanfaatkan media dan ruang transparansi public secara optimal sehingga kinerja Polri yang telah dilaksanakan dapat diketahui secara luas oleh masyarakat dan opini masyarakat sebagai salah satu indikator keberhasilan dapat terakomodasi dalam pendataan.

Menekankan kepada para anggota Polri melalui Kasatker dan Kasatwil untuk tidak melakukan perbuatan / tindakan yang dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap Polri.

Melaksanakan program Quick Wins secara konsekuen dan konsisten serta dilaksanakan pengawasan dan pengendalian secara ketat.

Pemahaman seluruh anggota Polri terhadap peraturan perundang – undangan khususnya Undang – undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang akan berlaku mulai 30 April 2010.

Mengedepankan pendekatan persuasif, edukatif dan preventif, penegakan hukum hanya dilakukan sangat selektif (bila perlu tanpa ditilang cukup dengan teguran yang humanis), berikan *reward* pada petugas yang berperilaku simpatik, kurangi complain masyarakat dalam pelayanan dikantor / dilapangan.

Mengedepankan Kabid Humas

Kunci terbentuknya kondisi *Public Relations* yang baik sangat tergantung kepada sikap pribadi seorang petugas *Public Relations*. Sikap rendah hati, etis, ramah, sabar dan penampilan yang rapi adalah sikap yang menarik simpati orang lain kepada petugas *Public Relations*.

timbul dimasyarakat dengan institusi, lembaga, komunitas untuk mencari solusi penyelesaian secara tuntas tanpa menimbulkan masalah baru.

Operasional dari Humas Polri adalah upaya untuk membina hubungan yang harmonis antara organisasi Polri dengan masyarakat, dalam rangka mencegah terjadinya rintangan tugas komunikasi, baik yang ditimbulkan dari pihak internal maupun eksternal.

Upaya Humas Polri dalam membangun kepercayaan masyarakat dan pembinaan citra Kepolisian dilaksanakan melalui Intensifikasi Kinerja Humas Polri yaitu melalui :

KEBIJAKAN

Program kerja 100 hari Polri diantaranya yaitu *membuka ruang trans-*

mekanisme kerja dan mempedomani kode etik).

Pemanfaatan media – media dan ruang transparansi publik.

Informasi seimbang.

Membentuk opini Positif di masyarakat.

KONSEPSI :

Transparansi dan akuntabilitas.

Kemitraan.

Peningkatan profesional sebagai komunikator.

Pembuatan dokumentasi dan publikasi yang akurat dan akuntabel.

IMPLEMENTASI

Melaksanakan program 100 hari secara konsisten.

Melaksanakan pelatihan, pendidikan kepada anggota Polri tentang

Polda / Humas Polres sebagai *Public Relations* atas permasalahan yang terjadi diwilayahnya (disupport data oleh seluruh satuan fungsi dan kewilayahannya).

Membuka akses komunikasi dan layanan problematika Polri melalui layanan pengaduan masyarakat pada setiap kantor kepolisian maupun media guna mendapatkan tanggapan bersama dan solusi terhadap kinerja Polri.

Semua anggota Polri sebagai

Melaksanakan komunikasi secara proaktif, efektif dan terkendali melalui media serta mengikutsertakan insan press :

KONFERENSI PERS

Diadakan apabila Polri perlu menyampaikan informasi atau pengumuman tertentu kepada / melalui media seluas-luasnya.

Informasi disiapkan secara tertulis dalam sebuah berita pers (press release)

Topik wawancara ditentukan sebelum wawancara.

Pernyataan tertulis berupa berita pers dan atau risalah fakta dapat disiapkan untuk mendukung pernyataan yang disampaikan saat wawancara.

Dapat dilakukan melalui : tatap muka, telepon dan tertulis.

Dialog (dilakukan dalam sebuah forum yang terkandung juga menghadirkan nara sumber lain).

Makan siang (media luncheon)

Dilakukan terutama untuk memberikan informasi latar belakang, tidak untuk menghasilkan liputan/berita secara khusus.

Merupakan forum informal.

Taklimat media terbatas (*limited media briefing*) yaitu mirip dengan konferensi pers tetapi media yang diundang jumlahnya sangat terbatas.

Wawancara mendadak (*door stop, ambush*)

Dilakukan secara mendadak – media tidak secara resmi meminta waktu untuk wawancara.

Topik wawancara seringkali tidak dapat diketahui sebelumnya

Kemitraan dengan media (media partnership), merupakan program kerja sama antara Polri dan media tertentu yang dilakukan untuk membahas/mengetengahkan suatu isu.

PENUTUP

Reputasi adalah tujuan sekaligus merupakan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia Humas. Bagi perusahaan / badan publik adalah titipan dan kepercayaan masyarakat jadi jika perusahaan mengalami krisis kepercayaan dari publik maka akan membawa dampak negatif terhadap reputasi dan akan memerlukan usaha keras untuk menumbuhkan dan membangun kepercayaan.

Atensi Kapolri bahwa Setiap Anggota Polri adalah Pengemban Fungsi Kehumasan dan Sumber Informasi bagi masyarakat dalam rangka pembangunan opini positif dimasyarakat. ▲



Wartawan saat mendengarkan keterangan dari sumber informasi

pengemban fungsi kehumasan / Public Relations, agar dapat menampilkan sosok Polri sebagai berikut :

Menjadi aparat yang melayani masyarakat, bukan sebagai pejabat yang minta dilayani.

Menjadi aparat yang mengayomi dan melindungi masyarakat, bukan sebagai penguasa yang menonjolkan kewenangan.

Menjadi aparat profesional yang menghargai HAM, bukan aparat yang bertindak sewenang – wenang.

Polisi yang merangkul, bukan memukul.

Polisi yang mengajak, bukan membentak.

Polisi yang mendidik bukan menghardik.

Menjadi juru bicara Polri sesuai bidang tugas yang diembannya (*what, when and where*).

Informasi yang tertulis dalam berita pers disampaikan oleh juru bicara yang juga bertugas untuk menjawab pertanyaan media.

Wawancara (one-on-one interview)

Dilakukan antara juru bicara dengan sebuah media.

“Menjadi aparat yang mengayomi dan melindungi masyarakat, bukan sebagai penguasa yang menonjolkan kewenangan.”