

015

# STRATEGI HUMAS POLRI DALAM MENGGOMUNIKASIKAN UNDANG-UNDANG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK KEPADA KHALAYAK INTERNAL

Oleh PIETRIADONA<sup>1</sup>

## ABSTRAK

Humas Polri mempunyai peran penting dan strategis dalam mengkomunikasikan pada khalayak internal dan eksternal rencana, pelaksanaan, evaluasi serta keberhasilan Polri melaksanakan amanat UU No.2 Tahun 2002 tentang Polri, sekaligus secara efektif mensosialisasikan grand strategy Polri. Efektifitas mengkomunikasikan hal tersebut akan menjadikan sinerginitas persepsi yang sama antara Polri dan masyarakat untuk mempersiapkan, melaksanakan dan mendukung keberhasilan visi, misi, tugas pokok Polri secara efektif dan efisien dalam menciptakan ketertiban masyarakat yang dicitakan. Salah satu pelaksanaan tugas Humas Polri adalah dengan mengkomunikasikan UU KIP ke khalayak internal. Strategi yang digunakan adalah dengan memanfaatkan strategi Humas dengan pendekatan Sasaran dan pendekatan SWOT. Kegiatan komunikasi UU Keterbukaan Informasi Publik (KIP) dilaksanakan melalui workshop dan media internal seperti Majalah Rastra dan nota dinas. Program yang dilaksanakan tersebut melalui tahapan fact finding, planning, communication, dan evaluation. Perlu adanya kejelasan posisi PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) dengan anggaran dan SDM yang proporsional untuk secara efektif menunjang keberhasilan tugas Humas.

**Kata kunci:** strategi, humas, informasi publik, khalayak internal.

### A. PENDAHULUAN

Institusi kepolisian merupakan salah satu fungsi pemerintahan khususnya ketertiban masyarakat,

maka dalam penyelenggaraannya tentu tak lepas dari pengawasan publik. Keberadaan institusi kepolisian pada sebuah negara yang me-

<sup>1</sup> Siswa Sekolah Inspektur Polisi Sumber Sarjana (SIPSS) Tahun Akademik 2011. No. Siswa 11037

menegakkan supremasi hukum mutlak adanya. Sistem pemerintahan negara kesatuan Republik Indonesia yang menegakkan hukum membutuhkan adanya institusi kepolisian sebagai aparat penegak hukum. Bukan hanya sebagai penegak hukum namun juga sebagai pemelihara keamanan dan ketertiban ketertiban masyarakat, pelayanan kepada masyarakat serta fungsi lainnya yang disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia.

Pasal 2 UU Polri menjelaskan bahwa fungsi kepolisian adalah salah satu fungsi pemerintah negara di bidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, perlindungan pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat. Berkaitan dengan fungsinya tersebut yang berkenaan langsung dengan kepentingan masyarakat, Polri merupakan salah satu badan publik. Polri senantiasa berhubungan dengan kepentingan masyarakat (publik) yang tinggi. Antara lain meliputi kepentingan masyarakat dalam hal keamanan di lingkungan masyarakat, ketertiban, administrasi berkaitan dengan peraturan lalu lintas misanya dalam uru-

san SIM (Surat Izin Mengemudi), STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan), penindakan atas pelanggaran peraturan lalu lintas maupun peraturan-peraturan lainnya.

Institusi Polri sebagai salah satu badan penyelenggara negara yang berkaitan dengan kepentingan publik, diharapkan untuk selalu memahami tuntutan masyarakat serta berpihak pada kepentingan publik. Namun kerap kali publik (eksternal khususnya) merasa tidak puas terhadap pelayanan kepolisian karena beberapa alasan tertentu. Berkaitan dengan kepentingan publik yang tinggi terhadap Polri dan amanat Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP), institusi Polri kini berupaya untuk membuka ruang transparansi dan akuntabilitas khususnya dibidang informasi kepada publik.

Ruang transparansi dan akuntabilitas salah satunya diwujudkan informasi dalam pelayanan publik. Sebelum era keterbukaan informasi atau bahkan sampai sekarang ini, sering kita dengar mengenai adanya calo-calo dalam pengurusan pembuatan SIM (Surat Izin Mengemudi), tarif atau biaya administrasi yang berbeda-beda dikenakan pada



tiap orang yang membuat SIM, dan lain sebagainya. Hal ini diakibatkan dari kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai mekanisme atau biaya untuk pembuatan SIM ini. Informasi yang mereka dapat mungkin tidak lengkap, bukan diperoleh dari sumber yang tepat, atau bahkan tidak adanya sama sekali informasi yang dapat diakses oleh masyarakat tertentu.

Kurangnya informasi bisa melahirkan adanya celah untuk para oknum-oknum tertentu untuk melakukan 'kenakalan' atau penyimpangan tertentu. Dimana penyimpangan ini merugikan masyarakat yang menjadi korban secara langsung dalam penyimpangan ini. Hal tersebut menuntut adanya suatu keterbukaan informasi terhadap publik. Supaya publik dapat memahami informasi yang sesungguhnya dan yang memang bersumber dari pihak-pihak yang berkompeten. Dalam kasus tersebut, masyarakat bisa memperoleh informasi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya karena diperoleh dari pihak berwenang dari pihak institusi Polri.

UU KIP menjadi jawaban atas permasalahan semacam itu. Melalui UU KIP, badan publik seperti institusi Polri dituntut untuk dapat

memberikan informasi yang diminta oleh publik. Jika informasi yang diinginkan tersebut tidak dipenuhi, maka publik bisa saja menuntut badan publik tersebut melalui jalur hukum. Namun, memang ada beberapa informasi yang dikecualikan untuk diinformasikan kepada publik, tetapi sifatnya tidak mutlak.

Polri sebagai badan publik harus siap dalam menyongsong era keterbukaan informasi publik. Polri harus mampu menjadi badan publik yang transparan dan akuntabel.

Demi tercapainya Polri yang transparan dan akuntabel, oleh karena itu, Polri semakin gencar dalam mengkomunikasikan UU KIP ini kepada khalayaknya, khususnya khalayak internal, yakni para anggota Polri itu sendiri. Upaya mengkomunikasikan UU KIP menjadi salah satu kunci penting dalam pencapaian keberhasilan penerapan UU KIP ini oleh para anggota Polri. Melalui upaya komunikasi UU KIP ini maka akan lahir adanya perhatian, kesadaran, pemahaman, yang kemudian diimplementasikan dalam pelaksanaan tugasnya.

Berkaitan dengan UU KIP ini, para anggota Polri harus mampu menerapkan apa yang diundangkan dalam UU KIP tersebut dida-

lam melaksanakan tugasnya. Bukan hanya anggota Polri yang berada ditingkat pusat, namun juga sampai pada tingkat daerah maupun dibawahnya. Oleh karenanya, anggota Polri dituntut untuk memahami apa yang harus dilakukannya terkait dengan UU KIP tersebut.

Pembentukan pemahaman para anggota Polri terhadap UU KIP, Polri melalui Kapolri mengesahkan Peraturan Kapolri (Perkap) tentang Pedoman Pelayanan Informasi Publik di lingkungan Polri. Perkap ini bertujuan untuk menjadi pedoman bagi setiap pelaksana fungsi Humas di lingkungan Polri dan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) serta dalam membangun sumber daya yang diperlukan untuk mendukung peranan Humas Polri dalam Keterbukaan Informasi publik guna terwujudnya komunikasi dua arah yang harmonis, baik antara Satker di lingkungan Polri maupun dengan pihak yang berkepentingan. Sehingga pelaksanaan tugas anggota Polri dilapangan, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan informasi terhadap kepentingan publik dapat sesuai dengan apa yang ditetapkan dalam UU KIP.

Dalam kegiatan komunikasi, khususnya dalam mengkomu-

nikasikan UU KIP, divisi Humas memegang peranan yang sangat penting. Pada institusi Polri, divisi Humas, salah satu fungsi manajemen dalam institusi Polri, berperan sebagai corong atau jembatan komunikasi antara intitusinya dengan khalayaknya, baik khalayak internal maupun eksternal. Humas juga harus senantiasa menjaga hubungan baik dan saling pengertian diantara keduanya guna membangun citra positif. Humas harus mampu mengkomunikasikan informasi apapun yang berkaitan dengan institusinya kepada khalayaknya. Terlebih bagi khalayak internalnya. Khalayak internal yang dimaksud adalah para anggota Polri.

Divisi Humas bertindak sebagai komunikator dalam penyampaian pesan kepada khalayaknya. Keberhasilan aktivitas humas, akan tercapai karena berbagai kemampuan yang dimiliki oleh praktisi humas tersebut. Bukan hanya sekedar pemahaman tentang teori, namun juga implementasi di lapangan. Strategi humas pun dibutuhkan oleh Humas Polri dalam pencapaian keberhasilan aktivitas humas, yakni berkaitan dengan upaya mengkomunikasikan UU KIP tersebut. Komunikasi yang efektif dan efisien menjadi



hal terpenting dalam menentukan sampainya pesan dan efek yang ditimbulkan. Sehingga bisa mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan.

Oleh karena itu, dibutuhkan adanya suatu strategi Humas Polri yang perlu diterapkan oleh divisi Humas dalam mengkomunikasikan UU KIP ini. Dimana dalam strategi ini, praktisi Humas Polri selaku pelaksana strategi, harus mampu dalam menentukan tujuan, program, khalayak sasaran, pengemasan pesan, pemilihan media dan sebagainya. Fokus pembahasannya adalah pada bagaimana peran dan fungsi serta strategi Divisi Humas Markas Besar Kepolisian Negara Republik Indonesia dalam mengkomunikasikan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik kepada Anggota Polri?

## **B. EFEKTIVITAS PENGINFORMASIAN PESAN ORGANISASI POLRI.**

Konteks negara demokrasi adalah adanya keterbukaan informasi publik. Supaya masyarakat bisa memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup mengenai suatu hal tertentu. Sehingga bisa memperjuangkan hak-haknya atas informasi yang diinginkan. Demi mem-

perjuangkan hak-hak publik dalam bidang keterbukaan informasi dan mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan badan publik lainnya maka lahirlah Undang-Undang Republik Indonesia No.14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) pada 30 April 2008. UU KIP diberlakukan secara serentak diseluruh lembaga pemerintah dan non pemerintah pada tahun 2010. UU KIP memiliki landasan konstitusional sebagaimana tercantum pada Undang-undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pasal 28 F.

UUD 1945 pasal 28 F, berbunyi, "setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengelola dan mengumpulkan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia". UU KIP itu sendiri berisi 13 bab dan 64 pasal, dimana didalamnya berisi antara lain hal-hal yang menyangkut ketentuan umum, asas dan tujuan, hak dan kewajiban pemohon dan pengguna informasi publik serta hak dan kewajiban badan publik, informasi

yang wajib disediakan dan diumumkan, informasi yang dikecualikan, mekanisme memperoleh informasi, komisi informasi, dan sebagainya. Tujuan dan asas keterbukaan informasi publik yang ditetapkan di dalam UU KIP pada dasarnya adalah untuk memberikan arah, landasan, acuan dan jaminan tentang pemenuhan hak publik.

Keterbukaan informasi publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan Badan Publik lainnya dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik. Badan publik, yakni setiap organisasi atau institusi yang sumber dana kegiatannya berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), berkewajiban dalam menyediakan informasi yang menyangkut kepentingan publik. Hal ini ditegaskan dalam UU KIP, pasal 7 ayat 1, bahwa badan publik wajib menyediakan, memberikan dan/atau menerbitkan informasi Publik yang berada di bawah kewenangannya kepada pemohon informasi Publik, selain informasi yang dikecualikan sesuai dengan ketentuan.

Badan publik harus bersiap diri ketika publik menuntut mereka untuk menginformasikan sesuatu berkaitan dengan publiknya. Sikap acuh yang biasanya dilemparkan ketika publik menyinggung atau bertanya perihal anggaran yang dikeluarkan oleh sebuah institusi atau organisasi dalam pengerjaan proyek tertentu atau informasi mengenai kegiatan tertentu berkaitan dengan institusi tersebut misalnya, kini tidak lagi dapat terjadi. Karena dengan lahirnya UU KIP, mereka wajib menjawab pertanyaan tersebut. Terlebih dalam informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Setiap institusi berupaya agar institusinya beserta seluruh anggotanya dapat memahami mengenai apa yang dimaksudkan dalam UU KIP tersebut. Sehingga dapat mengimplementasikannya dalam pelaksanaan tugasnya. Anggota dari institusi merupakan khalayak internal dari institusi tersebut. Khalayak sendiri merupakan bagian dari unsur komunikasi, dalam sebuah institusi, khalayak merupakan pihak yang berkomunikasi dengan institusi tersebut. Namun dalam hal ini, khalayak internal ini nantinya akan menjadi komunikator atau sumber



informasi bagi khalayak lainnya (eksternal).

Hubungan masyarakat (Humas) sebagai bagian dari fungsi manajemen berperan dalam mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dengan berbagai publiknya, bertindak sebagai komunikator. Dalam menjalankan tugasnya Humas harus mampu menyampaikan segala bentuk informasi yang sesuai untuk kepentingan khalayaknya, baik internal maupun eksternal. Humas dalam suatu organisasi atau institusi dapat dikatakan sebagai jembatan komunikasi antara institusi dengan khalayaknya, guna membangun hubungan baik dan saling pengertian diantara keduanya sehingga tercapai citra positif dari organisasi atau institusi tersebut, sekaligus dituntut untuk dapat mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individual dan organisasi yang punya kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.

Polri mempunyai struktur organisasi yang salah satunya adalah Humas. Humas Polri mempunyai

peran yang penting dan strategis dalam mengkomunikasikan informasi strategis, praktis rencana, pelaksanaan maupun keberhasilan sebagai evaluasi kegiatan Kepolisian kepada publik. Humas Polri mempunyai peran *Public Relations* untuk mengadakan komunikasi, baik kepada "internal public" maupun kepada "external public". Publik eksternal sebagai sasaran Humas terdiri dari orang-orang atau anggota masyarakat di luar organisasi, baik yang ada kaitannya dengan organisasi maupun yang diharapkan atau diduga ada kaitannya dengan organisasi. Terdiri dari pengguna jasa Polri, yang dilayani Polri (masyarakat), komunitas, pemerintah, dan sebagainya. Sedangkan Publik internal, terdiri atas orang-orang yang bergiat didalam organisasi (instansi stakeholders Polri, Anggota Polri, lembaga, badan, dan sebagainya) dan yang secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu. Khalayak internal seringkali kurang dianggap penting oleh institusi. Beberapa diantaranya lebih terfokus dalam menjalin hubungan dengan khalayak eksternal yang dianggap memegang peranan besar dalam pencitraan institusi Polri.. Padahal pada kenyatannya,

peran khalayak internal dalam suatu institusi harus diperhitungkan.

Sebab khalayak internal inilah yang pertama akan dilihat sebagai cerminan dari citra institusi tersebut oleh masyarakat luas. Jika khalayak internal, khususnya para karyawan atau anggota, ini tidak mampu menjalankan kebijakan-kebijakan atau perundang-undangan yang terkait dengan institusinya, tentu ini menjadi hal buruk yang akan mencoreng institusi tersebut. Institusi akan dianggap tidak mampu atau gagal dalam mengkomunikasikan informasi tentang kebijakan tersebut kepada para khalayak internalnya sehingga mereka (khalayak internal) tidak dapat menjalankan tugas atau fungsinya dengan baik, terlebih pada tugas-tugas yang berkenaan dengan kepentingan publik.

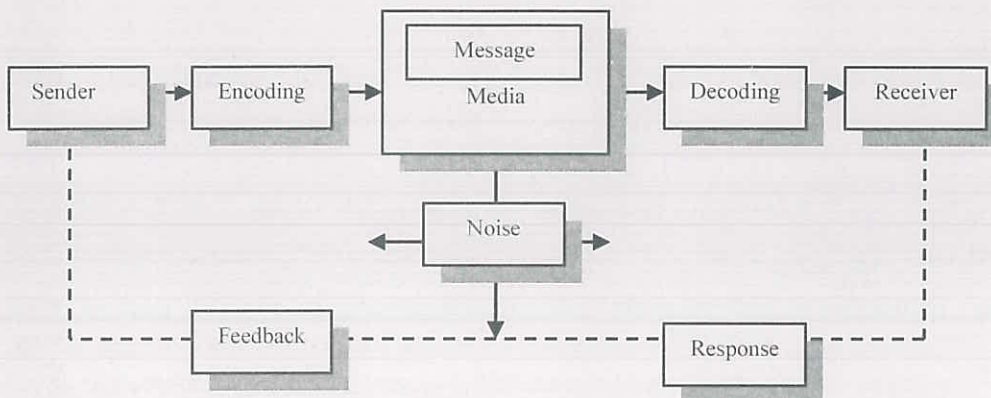
Dalam mengkomunikasikan pesannya, praktisi Humas Polri harus mampu mengelola pesan juga membuat pesan tersebut sampai kepada khalayaknya, termasuk kepada khalayak internalnya. Dengan menjalin komunikasi yang baik dan efektif dengan para anggota institusi, tentu akan dapat menciptakan hubungan internal yang baik pula yang dapat berdampak pada keberhasilan kegiatan Humas. Penentuan keberhasi-

lan implementasi UU KIP sendiri akan tergantung pada bagaimana kemampuan praktisi Humas Polri dalam memosisikan dirinya sebagai komunikator dan mediator yang handal dalam proses mengkomunikasikan UU KIP. Hal tersebut juga bergantung pada kemampuan praktisi Humas Polri dalam menetapkan tujuan dan melalui strategi atau program apa saja tujuan tersebut dapat dicapai.

### C. EFEKTIVITAS *PUBLIC RELATION* PADA FUNGSI HUMAS POLRI

Harold Lasswell, menjelaskan bahwa cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut, *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Mulyana, 2002, hal.62). Philip Khotler menampilkan model proses komunikasi berdasarkan paradigma Harold Lasswell, seperti pada Gambar 1 (Effendy, 2004, hal. 18).





Gambar 1  
Model Komunikasi

Dilihat dari gambar 1, dapat dilihat unsur-unsur yang ada dalam komunikasi, yakni: (1) *Sender*: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang; (2) *Encoding*: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang; (3) *Message*: Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator; (4) *Media*: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan; (5) *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya; (6) *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator; (7) *Response*: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah

diterpa pesan; (8) *Feedback*: Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan pada kepada komunikator; (9) *Noise*: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Dari model komunikasi diatas, menegaskan dua faktor kunci komunikasi efektif yaitu: Pertama: *Komunikasi Efektif*, komunikasi lisan (*oral communication*) dapat menjadi media organisasi yang paling efektif dan paling murah untuk menyampaikan informasi kepada publik (Moore, 2005, hal. 237). Bentuk komunikasi lisan digunakan dalam humas, termasuk pidato formal, rapat diskusi panel, diskusi ta-

nya-jawab, wawancara percakapan tak formal, dan demonstrasi. Moore membagi bentuk komunikasi ini dalam dua kategori, yaitu Komunikasi Internal dan Komunikasi Eksternal (Moore, 2005, hal. 238):

1. Komunikasi internal dilaksanakan dalam media lisan sebagai berikut: pertemuan eksekutif dengan karyawan, pidato di depan umum, malam kekeluargaan, percakapan tak formal oleh para eksekutif utama pada waktu berkunjung ke bagian-bagian, pertemuan orientasi karyawan baru, pembimbingan karyawan, diskusi panel, keluhan, rekaman, dan hubungan sosial karyawan.
2. Komunikasi eksternal dilaksanakan dalam media lisan sebagai berikut: pertemuan dengan para pemegang saham, konsumen, penyalur pemuka pendapat, pendidikan, dan pejabat; pameran; keliling pabrik, hari pendidikan; pidato oleh para karyawan dan eksekutif; kunjungan ke lembaga kemasyarakatan dan para pemasok; siaran radio dan televisi; hubungan sosial dengan masyarakat.

Komunikasi dikatakan efektif jika suatu gagasan dapat berpinda-

dah dari benak seseorang ke benak orang lainnya (Moore, 2005, hal. 86). Seorang dapat berkomunikasi dengan efektif dan tepat dalam penyampaian pesan kepada khalayak sasaran melalui empat syarat (Ardianto, 2009, hal.209): (1) Pesan dibuat sedemikian rupa dan selalu menarik perhatian; (2) Pesan dirumuskan dan mencakup pengertian, dan diimbangi dengan lambang-lambang yang dapat dipahami oleh publiknya; (3) Pesan menimbulkan kebutuhan pribadi komunikannya; (4) Pesan merupakan kebutuhan yang dapat dipenuhi sesuai dengan situasi dan keadaan komunikasi.

Kedua: *Public Relations (PR)*, merupakan fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dengan berbagai publiknya (Soemirat & Ardianto, 2004, hal.14). Simpulannya *Public Relations* merupakan suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik yang dapat memperdalam kepercayaan publik secara lebih baik atau pemberdayaan lebih tinggi terhadap suatu lembaga atau organisasi. Sekaligus PR adalah suatu proses yang kontinu dari



usaha manajemen untuk memperoleh *good will* dari pengertian dari pelanggan, konsumen, publik pada umumnya, termasuk para staf pegawainya. Kedalam, mengadakan perbaikan dan pembenahan melalui *corporate culture building* (membangun budaya perusahaan) berbentuk disiplin, memotivasi, meningkatkan pelayanan, dan produktivitas kerja yang diharapkan terciptanya *sense of belonging* terhadap perusahaannya. Sedangkan keluar, berupaya menciptakan kepercayaan dan citra perusahaan (*corporate image*) yang sekaligus memayungi serta mempertahankan citra produknya (*product and brand image*).

Dua fungsi utama PR yaitu fungsi konstruktif dan korektif (Kusumastuti, 2002, hal.23):

#### 1. Fungsi Konstruktif

Pada fungsi konstruktif, PR dianalogikan sebagai “perata jalan”. Jadi terdapat beberapa peranan humas proaktif yang perlu diperhatikan, yakni:

- a. Menyiapkan mental publik untuk menerima kebijakan lembaga. Yang dimaksud menyiapkan mental publik dalam hal ini adalah sebelum suatu kebijakan ditetapkan, PR telah melakukan

kegiatan *sounding* kepada publik tentang rencana dan isi kebijakan. Sehingga saat kebijakan ditetapkan, publik telah siap mendukung kebijakan yang akan diambil perusahaan.

- b. Menyiapkan mental lembaga untuk memahami kepentingan publik.
- c. Mengevaluasi perilaku publik dan organisasi untuk direkomendasikan kepada manajemen. Evaluasi yang dilakukan disini adalah telaah tanggapan publik atas kebijakan-kebijakan yang diambil perusahaan dan citra perusahaan pada umumnya.
- d. Menyiapkan pra kondisi untuk menciptakan saling pengertian, saling percaya dan saling membantu terhadap tujuan-tujuan publik organisasi/lembaga yang mewakilinya.

#### 2. Fungsi Korektif

Fungsi korektif, PR berfungsi sebagai pemadam kebakaran, artinya PR diharapkan berperan aktif dalam mengatasi permasalahan yang timbul dalam lembaga yang diwakilinya. Termasuk memulihkan citra per-

Kegiatan komunikasi internal *Public Relations* berkenaan dengan hubungan antara suatu perusahaan atau organisasi dengan karyawan. Tujuannya antara lain memfasilitasi proses perekrutan dan memelihara pekerja berkualitas tinggi yang mampu memberikan kontribusi positif terhadap kegiatan organisasi. Tujuan lainnya adalah untuk meyakinkan bahwa para pekerja tersebut akan selalu mendapatkan informasi dengan baik sehingga kinerja dan kepuasan kerja dapat dimaksimalkan.

Fungsi komunikasi internal adalah mengusahakan agar para karyawan mengetahui apa yang sedang dipikirkan manajemen dan mengusahakan agar manajemen mengetahui apa yang sedang dipikirkan para karyawan. Komunikasi dengan karyawan merupakan kunci utama suksesnya program humas modern.

Komunikasi internal, yang menurut Jefkins juga disebut sebagai Komunikasi pegawai atau *employee relations*, memiliki tiga wujud. Yang pertama adalah komunikasi ke bawah (*downward communication*), yakni dari pihak manajemen atau pimpinan perusahaan kepada para pegawai (dari atasan ke bawahan).

Yang kedua adalah komunikasi ke atas (*upward communication*), yakni dari pegawai ke pihak manajemen (dari bawahan ke atasan). Adapun yang ketiga adalah sejajar (*side-ways communication*), yakni yang berlangsung antara sesama pegawai (Jefkins, 2004, hal.195).

Tugas dan tujuan komunikasi pegawai meliputi beberapa macam hal, salah satunya adalah yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan. Setiap kali ada peraturan, undang-undang, atau kebijakan pemerintah yang mempengaruhi nasib organisasi atau perusahaan, maka pihak manajemen berkewajiban untuk menjelaskan berbagai implikasinya kepada segenap anggota atau pegawai, karena nasib mereka pun turut terpengaruh.

### C. PERAN DAN FUNGSI HUMAS POLRI

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan melalui pemanfaatan media tertentu, dengan tujuan dan efek tertentu. Humas merupakan bagian dari fungsi manajemen yang berupaya dalam membangun pemahaman dalam komunikasi, saling pengertian serta kerjasama yang



baik dengan publiknya, baik publik internal maupun eksternal.

Humas berperan sebagai komunikator, yang bertugas dalam menyampaikan pesan kepada publiknya serta membina hubungan yang baik antara perusahaan dan publiknya maupun hubungan karyawan (*employee relations*) di dalam perusahaan tersebut.

Humas harus mampu mengenali karakteristik publiknya agar dapat menentukan pesan yang tepat kepada publiknya. Sehingga tujuan yang hendak dicapai dari strategi atau program Humas juga dapat diraih. Pencapaian tujuan ini memerlukan adanya suatu pemilihan strategi Humas yang efektif dan tepat guna, yakni disesuaikan dengan tujuan maupun kebutuhan dari upaya komunikasi tersebut. Tujuan yang hendak dicapai Humas antara lain adalah perubahan sikap, mulai dari kognitif, afektif dan konatif.

Strategi Humas bisa dilakukan dengan beberapa pendekatan yang ada. Dalam penelitian ini pendekatan yang difokuskan adalah pendekatan sasaran dan pendekatan dengan analisis SWOT. Pendekatan sasaran melihat dari unsur tujuan yang hendak dicapai dan cara mencapainya. Analisis SWOT ini meli-

hat adanya unsur *Strength* (kekuatan yang dimiliki), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (kesempatan), dan *Threat* (ancaman).

Setiap pendekatan yang digunakan harus memperhatikan perencanaan dan manajemen yang tepat agar strategi tersebut dapat berjalan dengan semestinya dan tujuan bisa tercapai. Dalam proses manajemen PR didalamnya terdapat proses *fact finding, planning, communication, dan evaluation*.

Dalam implementasi strategi Humas, perlu diperhatikan unsur dalam berkomunikasi yang disebut dengan “7-Cs PR Communications”. “7-Cs PR Communications” terdiri dari unsur kredibilitas, konteks, isi pesan, kejelasan, kontinuitas dan konsistensi, saluran, dan kapabilitas khalayak. Ketika berbagai upaya yang dilakukan Humas bertujuan untuk mencapai pemahaman publik internalnya, maka Humas harus bisa mengelola komunikasi internal dalam institusinya. Dari kondisi komunikasi internal yang baik nantinya bisa menunjang hasil yang baik untuk setiap pelaksanaan program Humas.

Polri dalam mengemban tugas Hankamtibmas (Pertahanan Keamanan Ketertiban Masyarakat),

penegak hukum, pelindung, pengayom dan pelayanan masyarakat dituntut untuk profesional dan kehadirannya diharapkan dapat memerankan sebagai jembatan komunikasi Polri dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Polri.

Humas di Mabes Polri merupakan Divisi yang bertanggung jawab langsung kepada Kapolri maupun Wakapolri. Hal ini dilihat dari struktur organisasi yang ada di tubuh Polri pada tingkat Mabes (Markas Besar) atau pusat. Divisi Humas berada sejajar dengan Divisi. Secara struktural, Divisi Humas berada langsung dibawah perintah dan koordinasi dari Kapolri (Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia) dan Wakapolri (Wakil Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia). Divisi Humas sejajar dengan divisi lain seperti Div Binkum (Pembinaan Hukum), Div. Propam (Profesi Provost Paminan), dan Div. Telematika (Telekomunikasi dan Informatika).

Sesuai dengan Keputusan Kapolri No. Pol. : KEP/53/X/2002 dan KEP/15/III/2004, Divisi Humas Polri dipimpin oleh seorang kepala divisi (Kadiv) dengan pangkat Inspektur Jendral (Irjen). Kepala divisi dalam menjalankan fungsi Humas

ini didampingi oleh seorang wakil kepala divisi (Wakadiv) dengan pangkat Brigadir Jendral (Brigjen).

Kadiv dan Wakadiv membawahi langsung Bensat, Kabag Renmin (Kepala Bagian Perencanaan dan Administrasi), Kabid Mitra (Kepala Bidang Kemitraan), Kabid Penum (Kepala Bidang Penerangan Umum), Kabid Pensat (Kepala Penerangan Kesatuan), dan Kabid Prodok (Kepala Bidang Produksi Dokumentasi). Setiap Kepala Bagian dan Kepala Bidang ini berpangkat Komisararis Besar (Kombes).

Pada Bagian Renmin, Kabag membawahi Kepala Sub Bagian (Kasubag) Perencanaan, Kasubag Fungsi, Kasubag Administrasi, dan Kataud (Kepala Tata Administrasi Urusan Dalam). Kabid Mitra, membawahi Kasubid (Kepala Sub Bidang) Mitra Luar Negeri dan Mitra Dalam Negeri. Kabid Penum, memimpin Kasubid Opinev, Kasubid Berita. Sedangkan untuk Kabid Pensat, memimpin Kasubid Penint (Penerangan Internal) dan Kasubid Probit. Yang terakhir adalah Kabid Prodok, yang membawahi Kasubid Dokliput (Dokumentasi dan Peliputan) dan Kasubid Probantek.

Berdasarkan struktur tersebut, dalam hal penerangan informasi,



terbagi atas bidang Humas yang menangani hubungan internal dan hubungan eksternal. Terdiri dari Penun untuk hubungan ke pihak eksternal dan Pensat untuk hubungan ke internal Polri. Dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan pada gambaran kegiatan Bidang Pensat saja.

Setelah mengetahui secara struktural Divisi Humas Polri, kemudian akan dijelaskan secara lebih lanjut mengenai seperti apa dan bagaimana Divisi Humas Polri. Selain itu juga akan diuraikan berbagai peranan, fungsi dan tugas yang diembannya.

Gambaran Humas di Polri secara umum, Humas Polri berupaya dalam menjembatani komunikasi dari Polri ke publiknya, atau sebaliknya. Baik publik internal maupun eksternal. Humas menjalankan peranan, fungsi, dan tugasnya guna membangun opini masyarakat yang kemudian mengarah pada pembentukan citra positif Polri. Humas juga memfasilitasi jalur komunikasi untuk menginformasikan berita-berita yang dibutuhkan publiknya, melalui media internal maupun media eksternal, serta menjalankan koordinasi yang baik dengan bagian lain.

### 1. Tujuan Humas Polri

Reputasi dan Citra positif adalah tujuan sekaligus merupakan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia Humas. Termasuk juga tujuan utama yang ingin dicapai dari segala bentuk aktivitas Humas adalah reputasi dan citra positif. Membangun kepercayaan masyarakat melalui Public Relations bukanlah masalah yang sederhana dalam meningkatkan citra positif suatu organisasi. Melainkan merupakan pekerjaan besar yang didasari dengan tujuan membina hubungan baik dengan masyarakat untuk memperoleh *image* yang baik tentang Polri. Berikut ini merupakan tujuan yang lebih spesifik dari aktivitas Humas:

- a. Mengurangi dan menghilangkan pandangan atau tindakan yang negatif menjadi pandangan dan tindakan yang positif.
- b. Menyadarkan individu/keompok masyarakat untuk mentaati peraturan.
- c. Menyadarkan individu/keompok masyarakat untuk waspada terhadap faktor-faktor kriminogen dan mengembangkan kemampuan kesiap-siagaan menghadapi faktor tersebut secara efektif.

- d. Menyadarkan masyarakat bahwa keberhasilan Pembinaan Kamtibmas adalah menjadi tugas dan tanggung jawab bersama.
- e. Membawa pengertian masyarakat kearah yang positif.

### 1. Peranan Humas Polri

Berdasarkan gambaran yang ada tersebut mengenai Divisi Humas Polri, juga ada peranan yang dimiliki Divisi Humas Polri. Adapun peran tersebut, antara lain adalah memfasilitasi hubungan komunikasi dari Polri kepada publiknya, maupun sebaliknya; pembuatan media komunikasi guna menghubungkan Polri dan publiknya; penjuror pencitraan; membangun kemitraan dengan para *stakeholder*-nya; mewakili pimpinan Polri (Kapolri) dalam berbagai kegiatan maupun bertindak sebagai juru bicara; dan membangun opini publik yang positif untuk membentuk citra yang positif.

Humas memiliki peranan dalam pembuatan atau penyelenggaraan media komunikasi untuk mendukung proses komunikasi. Melalui upaya-upaya seperti pembuatan majalah internal Rastra, website yang bisa diakses kapanpun, twitter, *press release*, penyelenggaraan konferensi

pers. Humas juga bisa dikatakan berperan sebagai penjuror pencitraan utk menghubungkan Polri dengan masyarakat dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap Polri.

Humas memegang peranan penting dalam menghubungkan institusinya (Polri) dengan publiknya. Publik yang dimaksud adalah publik internal dan publik eksternal. Untuk publik eksternal, antara lain masyarakat, wartawan, dewan pers, pemerintah, kementerian-kementerian, DPR, LSM, Ormas-Ormas, bahkan juga mahasiswa. Sedangkan untuk publik internal, antara lain adalah para anggota Polri (polisi) dan PNS (Pegawai Negeri Sipil) yang ada di jajaran Polri.

Humas melakukan berbagai upaya dalam menghubungkan publiknya itu dengan membangun hubungan baik melalui penyediaan media untuk proses komunikasi dan juga terbuka dalam proses pemberian informasi kepada publiknya. Penyediaan media atau sarana komunikasi yang diupayakan oleh Divisi Humas Polri, antara lain melalui majalah internal Rastra, website [www.polri.ac.id](http://www.polri.ac.id), *press confrence*, *press release*, *family gathering*, poster, spanduk, brosur, dan pemanfaatan media cetak maupun elektronik.



## 2. Fungsi Humas Polri

Setelah memahami berbagai peranan yang ada pada Divisi Humas Polri, lebih lanjut juga kita harus memahami fungsi dari Humas Polri ini. Adapun fungsi yang dimiliki Divisi Humas Polri, antara lain menginformasikan suatu hal yang perlu di informasikan, baik ke internal maupun eksternal, seperti kebijakan baru, UU baru seperti UU KIP; membangun kerjasama dengan para *stakeholder*; serta membina Humas-Humas yang ada pada Polda-Polda atau tingkat kewilayahan.

Mengenai fungsi Humas dan ditambah lagi dengan data yang diperoleh penulis melalui majalah internal Polri, Rastra, dapat disimpulkan bahwa fungsi Humas Polri, adalah sebagai berikut:

- a. Fungsi yang pertama adalah Humas Polri berfungsi dalam menunjang kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian organisasi Polri untuk membangun persepsi, citra dan opini institusi Polri.
- b. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari Polri kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada Polri.
- c. Pengamanan terhadap kebijaksanaan pimpinan.
- d. Penyelenggaraan penerangan sesuai bidang tugas, kegiatan dan perkembangan Polri.
- e. Penghimpun dan penilai sikap dan opini masyarakat terhadap kebijaksanaan pimpinan maupun perkembangan Polri.
- f. Pemberi informasi kepada pimpinan mengenai opini masyarakat.
- g. Memberikan pelayanan informasi kepada publik dan anggota Polri serta saran kepada pimpinan demi kepentingan umum.
- h. Penyelenggaraan hubungan kerjasama yang erat di lingkungan dan diluar Polri
- i. Pembina unsur mass media.
- j. Menjembatani permasalahan yang timbul di masyarakat dengan institusi, lembaga, komunitas untuk mencari solusi penyelesaian secara tuntas tanpa menimbulkan masalah baru.
- k. Operasional dari 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.

1. Upaya Humas Polri dalam membangun kepercayaan masyarakat dan pembinaan citra Kepolisian dilaksanakan melalui intensifikasi kinerja Humas Polri.

### 3. Tugas atau Kegiatan Humas Polri.

Melihat adanya tuntutan-tuntutan seperti itu juga segala macam peran dan fungsinya, banyak tugas yang harus dikerjakan oleh Humas Polri. 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.

Adapun tugas yang dilakukannya dalam keseharian, antara lain :

- a. Memfasilitasi kebutuhan publiknya terhadap informasi melalui upaya penyediaan informasi lewat media komunikasi, yakni lewat pengelolaan website, penerbitan majalah internal, pembuatan surat edaran, poster, brosur, spanduk, dan lain-lain.
- b. Melaksanakan kegiatan media monitoring, melalui monitoring media televisi, dan juga kli-ping berita; melakukan berbagai kegiatan koordinasi dengan satker-satker atau divisi lain, juga dengan Polda-Polda.
- c. Mengelola informasi dan data untuk disampaikan ke publik yang membutuhkan
- d. Menyelenggarakan kegiatan konferensi pers. Kegiatan konferensi pers diadakan apabila Polri perlu menyampaikan informasi atau pengumuman tertentu kepada atau melalui media seluas-luasnya.
- e. *Press release*. Informasi yang akan disampaikan ke wartawan atau media, biasanya selain disampaikan langsung dalam bentuk lisan atau wawancara, juga disampaikan secara tertulis melalui *press release*. Informasi yang ada secara tertulis ini disampaikan oleh juru bicara yang bertugas menjawab pertanyaan media.
- f. Mengadakan dialog, dilakukan dalam sebuah forum tertentu untuk membahas masalah tertentu dan menghadirkan nara-



sumber yang berkompeten.

- g. Menyelenggarakan *media luncheon*. Merupakan forum informal. Dilakukan terutama untuk memberikan informasi latar belakang, tidak untuk menghasilkan liputan atau berita secara khusus.
- h. Mengadakan *Limited Media Briefing*, mirip dengan konferensi pers tetapi media yang diundang jumlahnya sangat terbatas.
- i. Melakukan wawancara (*one-on-one interview*). Dilakukan juru bicara dengan sebuah media. Topik wawancara telah ditentukan sebelum wawancara berlangsung.
- j. Melakukan wawancara mendadak dengan wartawan (*door stop, ambush*). Kegiatan ini dilakukan secara mendadak, media tidak secara resmi meminta waktu untuk kegiatan wawancara. Topik wawancara seringkali tidak diketahui sebelumnya.
- k. Melaksanakan pelatihan, pendidikan kepada anggota Polri tentang kehumasan (PR, *Camcramen*, fotografi dan Dikbangspes Kehumasan) untuk meningkatkan sumber daya manusia Polri yang profesional dalam melakukan tugas.
- l. Melakukan hubungan kemitraan dengan media (*media partnership*), merupakan program kerjasama antara Polri dan media tertentu yang dilakukan untuk membahas atau menyetengahkan suatu isu. Kemitraan bukan hanya dengan media, tp juga pihak-pihak lain yang bekerjasama baik di lingkungan dalam Polri maupun di luar.
- m. Melaksanakan Penerangan Kesatuan dengan memberikan petunjuk atau arahan tentang pelaksanaan tugas kepada anggota Polri melalui sosialisasi atas opini yang muncul di media maupun di masyarakat.
- n. *launching* program
- o. Melakukan pendokumentasian dan peliputan operasional kegiatan di lingkungan Polri, baik lewat video maupun foto. Kemudian juga dapat menjadi bahan evaluasi.

#### D. STRATEGI HUMAS POLRI DALAM MENKOMUNIKASIKAN UU KIP KE KHALAYAK INTERNAL

Strategi pada hakikatnya adalah

perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Onong juga menyebutkan, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi dalam komunikasi PR merupakan paduan antara *communication planning* (perencanaan komunikasi) dan *management communication* (komunikasi manajemen). Dalam upaya mengkomunikasikan pesan harus diperhatikan perencanaan dan komunikasi manajemennya. Yang utama harus diperhatikan ialah bahwa tujuan sentral PR mengacu kepada kepentingan pencapaian sasaran (*target*) atau tujuan untuk menciptakan suatu citra perusahaan, *corporate image*, dan *corporate culture* serta *brand image*. Kemampuan berkomunikasi, baik melalui lisan maupun tulisan, adalah salah satu upaya penyampaian pesan, ide, dan gagasan program kerja, dan sekaligus membentuk opini atau menguasai pendapat umum sesuai dengan apa yang diinginkan komunikator.

Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP), dilihat dari per-

spektif Polri, khususnya Humas Polri, merupakan jaminan hukum yang penting bagi siapapun dalam memperoleh informasi yang diinginkan atau dibutuhkannya. Dalam UU ini setiap individu, berhak atas informasi mengenai badan publik yang dalam penyelenggaraannya menggunakan dana dari pemerintah.

Dari lahirnya UU KIP, Polri juga menyadari pentingnya keterbukaan informasi kepada publik, dan memberi jaminan akses informasi bagi masyarakat secara luas. Sehingga bentuk pertanggungjawaban Polri atas kinerjanya selama ini juga dapat diketahui oleh publik.

Secara proaktif, Polri, yang merupakan badan publik juga melaksanakan peranannya dalam menanggapi hadirnya UU KIP ini. Peranan proaktifnya adalah mempersiapkan secepat dan sebaik mungkin anggotanya untuk bisa memahami UU KIP ini, dan tentunya melaksanakannya. Upaya yang dilakukan berkaitan dengan peranan proaktifnya ini, antara lain:

1. Di jajaran Polri, Kapolri telah menerbitkan Peraturan Kapolri (Perkap) Tentang Pedoman Pelayanan Informasi Publik di lingkungan Polri.



2. Rapat koordinasi dengan instansi tertentu, seperti ke Komisi Informasi Pusat, dengan LSM-LSM seperti IRDI, IOAM, ISEL, Pembentukan PPID. Ada juga Rakernis (Rapat kerja dan teknis).

### 3. Pembentukan PPID

Upaya sosialisasi melalui penyelenggaraan pelatihan atau *workshop* di lingkungan Polri, mulai dari tingkat pusat sampai ke tingkat Polda atau wilayah, yang mulai dilakukan pada November 2009. Humas Polri merasa perlu untuk mengkomunikasikan UU KIP ini kepada khalayak internalnya, yakni para anggota Polri. Sebab Polri sesuai dengan perannya sebagai pengayom dan pelayan masyarakat, perlu untuk senantiasa bersikap terbuka dalam setiap informasi yang diminta oleh masyarakat, jika informasi tersebut memang punya kepentingan publik yang tinggi. Anggota Polri juga harus bersikap akuntabel, yakni mempertanggungjawabkan atas segala kinerjanya selama ini kepada masyarakat. Sehingga diperlukan adanya strategi tertentu yang digunakan dalam upaya mengkomunikasikan UU KIP ini ke khalayak internalnya.

Strategi yang dijalankan oleh Humas berkaitan erat dengan peren-

canaan, pengorganisasian dan pelaksanaan di dalamnya guna mencapai tujuan tertentu yang diharapkan. Polri sudah memiliki Renstra (rencana strategi), Renstra 2010-2014, terdapat 21 poin didalamnya. yaitu: (1) Mulai dari Ketanggap segera (*quick response*); (2) Transparansi pelayanan SSB; (3) Transparansi penyidikan; (4) Transparansi rekrutmen; (5) Pelayanan pemberian SKCK; (6) Lin (Perlindungan), Yom (Pengayoman) dan Yan (Pelayanan) terhadap masyarakat di garis pantai; (7) Implementasi Polmas (Polisi Masyarakat) terhadap masyarakat/komunitas perairan; (8) Intensifikasi strategi Polmas Desa (FKM, BKPM); (9) Meningkatkan profesionalisme dalam olah TKP; (10) Mewujudkan Inspektur Tangkas; (11) Meningkatkan pengamanan dan pelayanan kepada masyarakat pada titik-titik perbatasan yang berpenduduk; (12) Pencegahan aksi teror; (13) Mewujudkan Balai Pelayanan Masyarakat Keliling (BPKK); (14) Mewujudkan Brimob Nusantara; (15) Kegiatan sambang nusa (untuk patroli Polair di pulau terluar & terpencil); (16) Mewujudkan Parmas dlm Harkam melalui pembentukan Satuan Keamanan Desa; (17) Mewujudkan akses transparansi on-

---

line; (18) Mewujudkan Hukum Kepolisian *Online*; (19) Mewujudkan IPTEK Polisi *online*; (20) Perangkat Informasi Teknologi Kepolisian (PERINTEK); (21) Klinik Pelayanan Kesehatan Keliling.

Tujuan perencanaan strategi dalam upaya mengkomunikasikan UU KIP ini, adalah membangun pemahaman dan memberi penjelasan tentang UU KIP dan juga prosedur pelaksanaannya. Supaya ada kesesuaian saat pelaksanaannya di lapangan dengan yang diamanatkan dalam UU KIP ini. Selain itu juga menunjukkan, bahwa Polri benar-benar terbuka ingin mewujudkan Polri yang bersih dan *GCG (Good Copprate Governance)*, kemudian masyarakat juga dapat berpartisipasi memberi masukan yang konstruktif bagi Polri.

Dalam upaya mengkomunikasikan UU KIP ini, Divisi Humas Polri, juga menetapkan khalayak sasarannya. Khalayak sasaran dalam upaya mengkomunikasikan UU KIP ini, khusus ke internal Polri terdiri dari anggota Polri, yang secara khususnya adalah Para Kabid Humas Polda dan staf Pamen (Perwira Menengah) / Pama (Perwira Pertama) PID, Para pengemban fungsi Humas Lemdikti (Lembaga Pen-

didikan Tinggi), Para pengemban fungsi Humas Satker Mabes Polri.

Dalam berbagai upaya ini, pesan yang ingin disampaikan Humas adalah Polri harus bisa menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas sebagai wujud dari reformasi Polri, yakni lewat pelayanan yang maksimal, termasuk dalam keterbukaan informasi kepada publik oleh setiap anggota Polri. Langkah-langkah Polri dalam menerapkan keterbukaan informasi publik, antara lain: (1) Penetapan badan publik di jajaran Polri; (2) Penataan struktur / restrukturisasi; (3) Penunjukan PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) dan pelatihan, melalui proses: pengisian personil sesuai struktur jabatan, pelatihan tugas PPID secara berjenjang, pelatihan operator PPID, merekrut anggota Polri/PNS untuk tugas PPID.

Regulasi (Penjabaran UU No. 14/2008 Tentang KIP): (1) Peraturan Kapolri ttg Pelayanan Informasi Publik dilingkungan Polri; (2) Petunjuk Pelaksanaan (Juklak) / SOP tentang tata cara pengumpulan dan pengolahan informasi; (3) Juklak / SOP tentang pelayanan informasi; (4) Juklak / SOP tentang penggunaan sistem online dalam pelayanan informasi; (5) Juklak / SOP tentang



perumusan informasi yang dikecualikan; (6) Juklak / SOP tentang sengketa informasi.

Pengadaan sarana / prasarana pendukung: Digital/ Media Display And Monitoring (DMDM) , *News Studio* dan melalui sosialisasi - supervisi. Sebagai bagian dari upayanya dalam menyongsong era keterbukaan informasi atau adanya UU KIP ini, Polri, khususnya Divisi Humas, telah melakukan program-program berikut berikut:

1. Melaksanakan *workshop* ( hasil postur humas Polri & Perkap ).
2. Program 100 hari ( membuka ruang transparansi publik).
3. Penyiapan infrastruktur/jaringan oleh Div Telematika.
4. Merumuskan dan mengusulkan struktur PPID dari tingkat mabes sampai dengan kewilayahan (struktural & fungsional) ke SDE RENBANG.
5. Pengusulan ke DE SDM (penyiapan SDM yg ditugaskan mengemban fungsi PPID).
6. Melaksanakan rapat koordinasi dengan Komisi Informasi Pusat dan Menkoinfo (Perkap, Juklak dan Juknis).
7. Rencana latihan PPID.
8. Penyusunan *Standard Operational Prosedur* (SOP) tentang PPID .
9. Penyusunan SOP layanan informasi publik.
10. Mengirimkan konsep Sprin Kapolri kepada para Kasatker untuk menyiapkan PPID, informasi dan dokumentasi sesuai UU No. 14 th 2008.
11. Sosialisasi penjabaran UU No 14 Tahun 2008 dan Peraturan Kapolri Tentang Tata Cara Pelayanan Informasi Publik di Lingkungan Polri serta Standard Operasional Prosedur (SOP) layanan informasi publik.
12. Pelatihan operator portal intranet Polri, 1 Maret 2010 s/d 9 Maret 2010.
13. Pelatihan PPID Polda jajaran dan Satker Mabes Polri, 29 Maret S/D 1 April 2010.
14. Supervisi kesiapan PPID Satker & *up date* data satker 19 April 2010 S/D 27 April 2010.
15. *Launching portal/twitter/facebook/ e-mail* PPID Polri, 30 April 2010.

Dalam pelaksanaan program-program tersebut, tentu tidak lepas dari proses manajemen Humas didalamnya. Berkaitan dengan proses manajemen Humas, segala sesuatunya dalam upaya pengkomunika-

sian UU KIP ini, dilakukan melalui tahapan:

1. Menelaah fakta-fakta atau aturan yang ada dalam UU KIP. Serta melihat situasi dan kondisi yang ada sekarang, salah satunya melihat penilaian masyarakat saat ini terhadap kinerja Polri.
2. Membentuk kepanitiaan.
3. Merencanakan tindakan atau program yang akan dilaksanakan.
4. Membuat rencana kegiatan, rencana anggaran, dsb.
5. Menetapkan khalayak dan juga pihak yang terlibat, sebagai pembicara misalnya
6. Setiap orang yang terlibat dalam penyelenggaraan kegiatan pengkomunikasian UU KIP ini menjalankan *job description*-nya masing-masing dan saling koordinasi.
7. Evaluasi dan laporan kepada pimpinan.

Berkaitan dengan evaluasi, laporan yang ada pada Divisi Humas Polri, Polda yang telah melaporkan kesiapan menyongsong berlakunya UU No. 14 tahun 2008 (Sosialisasi dan Pelatihan), antara lain: Polda Jateng, Polda Jatim, Polda Bali, Polda Papua, Polda DIY, Polda Sulut,

Polda Sulteng, Polda Kaltim, Polda Kalsel, Polda Kalteng, Polda Lampung, Polda Banten, Polda Riau.

#### E. Penutup

Simpulannya antarlain peran, fungsi serta tugas atau kegiatan yang dilakukan oleh Divisi Humas Polri dalam upaya mengkomunikasikan UU KIP kepada para anggota Polri atau publik internalnya sudah dilaksanakan dengan baik. Pelaksanaan komunikasi internal dikelola oleh Divisi Humas Polri khususnya Bidang Penanganan Satuan (Bid. Pensat). Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah upaya mengkomunikasikan UU KIP ke khalayak internal Polri di seluruh Indonesia. Dalam pelaksanaan upaya mengkomunikasikan UU KIP ini, Divisi Humas Polri memanfaatkan strategi perpaduan antara *communication planning* (perencanaan komunikasi) dan *management communication* (komunikasi manajemen) guna mencapai tujuan yaitu untuk membangun pengertian atau pemahaman dari para anggota Polri khususnya pengemban fungsi Humas mengenai esensi dari UU KIP itu sendiri dan prosedur maupun pelaksanaannya.

Upaya mengkomunikasikan UU KIP ini dititikberatkan pada pemanfaatan saluran *workshop* dan media



internal. *Workshop* yang sifatnya nasional telah dilaksanakan sebanyak 2 kali, yakni *Workshop* UU KIP pada bulan November 2009, serta Pelatihan PPID dan Rakernis Polri 2010 pada bulan April 2010. Sedangkan kegiatan komunikasi UU KIP yang bersifat regional wilayah Polda, dilakukan Divisi Humas Polri sebanyak 6 kali sepanjang tahun 2010, terdiri dari Polda DIY, Polda Papua, Polda Sulut, Polda Banten, Polda Riau, dan Polda Bali. Pada pemanfaatan media internal, yang digunakan adalah Majalah Rastra Sewa Kottama, nota dinas, dan surat edaran internal Polri.

Setiap kegiatan mengkomunikasikan UU KIP ini dilakukan melalui tahapan manajemen PR yaitu *Fact Finding*, *Planning*, Pelaksanaan, serta evaluasi. Upaya mengkomunikasikan UU KIP oleh Divisi Humas Polri ini juga memperhatikan pendekatan strategi PR dengan pendekatan sasaran yang melihat tujuan yang hendak dicapai, serta pendekatan dengan analisis SWOT, yang melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Dilihat dari respon atau laporan yang dikirimkan dari 13 Polda dan beberapa Satker mengenai kesiapannya dalam pelaksanaan UU KIP

setelah program komunikasi berlangsung, membuktikan bahwa program komunikasi yang dilakukan memiliki dampak yang positif bagi beberapa Polda dan Satker. Kendala yang dihadapi selama pelaksanaan komunikasi UU KIP ini adalah keterbatasan fasilitas teknologi, SDM dan juga anggaran. Karena ada beberapa Polda ataupun Satker yang belum terkoneksi dengan baik dengan Mabes Polri.

Saran konstruktif yang dapat dilakukan adalah melakukan upaya komunikasi UU KIP dianjurkan dilaksanakan dengan waktu yang konsisten kontinuitas. Misalnya bisa dilakukan pelatihan setiap 3 bulan sekali dan dilaksanakan pada skala nasional, pelatihan ini juga sekaligus menjadi saran untuk evaluasi kekurangan yang ada. Hal ini dimaksudkan supaya para pengembangan fungsi Humas atau Pengelola Informasi dan Dokumentasi ini bisa memahami benar esensi UU KIP dan pelaksanaan UU KIP ini benar-benar bisa terlaksana dengan baik di lapangan.

Perlu adanya kejelasan posisi PPID pada struktur organisasi Divisi Humas untuk mengoptimalkan pelaksanaan tugasnya.

Divisi Humas agar lebih men-

gelola manajemen pada Divisi Humas dengan efektif dan efisien sekaligus mampu mengkomunikasikan Grand Strategi Polri, yang terbagi kedalam tiga prioritas kerja yaitu: Tahap I, tahun 2005 - 2009 membangun Kepercayaan Publik (*Trust Building*), Tahap II, 2010 - 2014 membangun kemitraan (*Partnership*

*Networking Building*) dan Tahap III menuju kesempurnaan atau mencapai keunggulan (*Strive for Excellence*). Saat ini proses pelaksanaan Grand Strategi Polri memasuki tahap II dari tahun 2010 – 2014 yaitu membangun kemitraan (*Partnership Networking Building*) secara efektif kepada masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Pendekatan Praktis untuk Menjadi Komunikator, Orator, Presenter, dan Juru Kampanye Handal*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Assumpta, Maria. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia.
- Basya, Muslim., & Sati, Irmulan. 2006. *Tantangan Indonesia Baru: Strategi & Aktivitas Public Relations*. Jakarta: Perhumas.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Coulson, Collin., & Thomas. 2005. *Public Relations Pedoman Praktis Untuk PR*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Cutlip, Scott M., & Center, Allen H., & Broom, Glen M. (2009). *Efektive Public Relations* (Ed. Kesembilan). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Gregory, Anne. 2004. *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Humas*. Jakarta: Erlangga.
- Hardiman, Ima, & Bewinda, Rike. 2008. *Inhouse Magazine Panduan Membuat Majalah Internal*. Jakarta: PT Buku Kita.



- Iriantara, Yosal. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations* (Ed. Kelima). Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Kusumastuti, F. 2002. *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Moore, Frazier. 2005. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Rosda.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Ed. Revisi). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh., & Ardianto, Elvinaro. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wasesa, Silih Agung. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Widjaja, A.W. 1993. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

#### **DOKUMEN LEMBAGA**

- Divisi Humas Polri. Maret 2010. *Materi Pelatihan PPID & Rakernis Fungsi Humas Jajaran Polri: Siap Melaksanakan UU No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik*. Jakarta.
- Kadiv Humas Polri. Mei 2010. *Materi Rakor Bakohumas Wilayah Barat Tahun 2010: Penerapan Keterbukaan Informasi Publik Di Jajaran Polri*. Pekanbaru, Riau.

**MAJALAH**

- Ishak, Sulistyono. No. 117 / Maret 2010. *Membangun Kepercayaan Masyarakat Melalui Public Relations*. Majalah Informasi Polri Rastra, hal. 11-14.
- Tim Pokja Divhumas Polri. No. 115 / 2009. Perlunya Strukturisasi PPID Sebagai Bagian Fungsi Kehumasan Satker-Satker Mabes Polri dan Polda serta Satker Polwiltabes / Polwil, Polres / Polresta Setelah diberlakukan UU No. 14/2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) Dalam Rangka Membangun Struktur Humas Polri ke Depan. Majalah Informasi Polri Rastra, hal 24-28.

**PUBLIKASI ELEKTRONIK**

<http://www.polri.go.id>

**UNDANG-UNDANG**

- Undang-Undang Republik Indonesia No. 2 Tahun 2002 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia No.14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.