

Humas, Mengapa Penting?

Kombes Pol. Drs. Martinus Sitompul, MSi

Judul diatas sengaja memuat kata “penting” guna menarik pembaca untuk tidak hanya membaca judul dan siapa penulisnya, namun juga meneruskannya membaca sampai selesai. Dikatakan penting karena dalam beberapa pendapat para peserta Sespimti Dikreg 24 tahun 2015 saat Off Campus, peran kehumasan selalu menjadi salah satu solusi untuk mencari jawaban terhadap permasalahan yang diajukan dosen. Mari kita lihat betapa pentingnya peran kemasam bagi sebuah organisasi.

Kehumasan dikenal dengan *Public Relation* (PR). PR menjadi agen sebuah perusahaan untuk menyampaikan sebuah *performance* perusahaan kepada publik. Yang dilakukan ialah dengan membuat profil berikut penjelasan keunggulannya. Tampilannya harus dapat mewakili perusahaannya dan dengan informasi lengkap dapat menjalankan kelebihan yang dimiliki bila dibandingkan dengan kompetitor serupa. PR di perusahaan juga telah menjadi etalase perusahaan dan corong bagi pimpinan perusahaannya. Bagaimana di Polri?

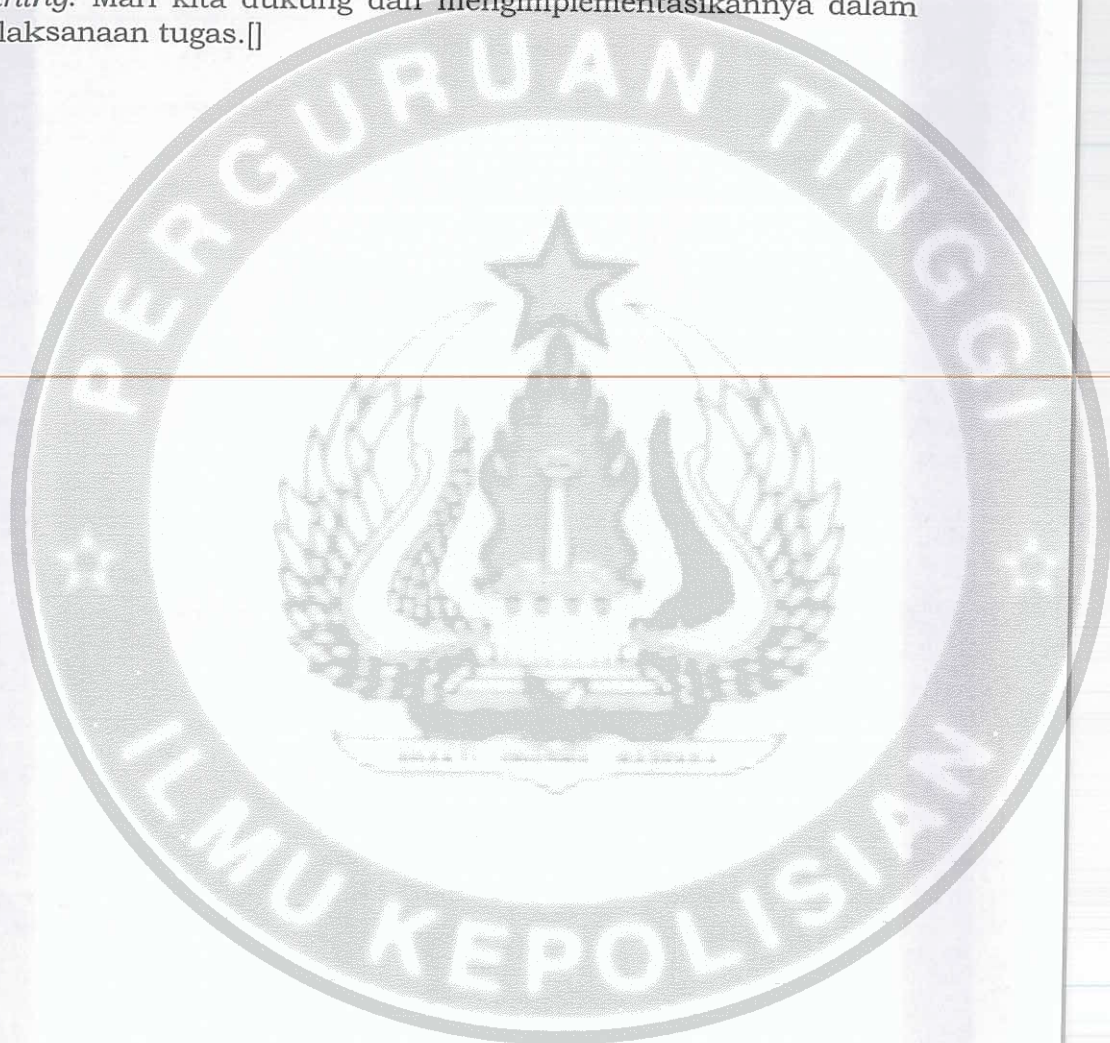
Kehumasan di Polri masih belum dianggap, termarginalkan dan hanya dipakai saat situasi membutuhkannya. Personel yang mengawaki berasal dari personel yang bermasalah dan yang boleh

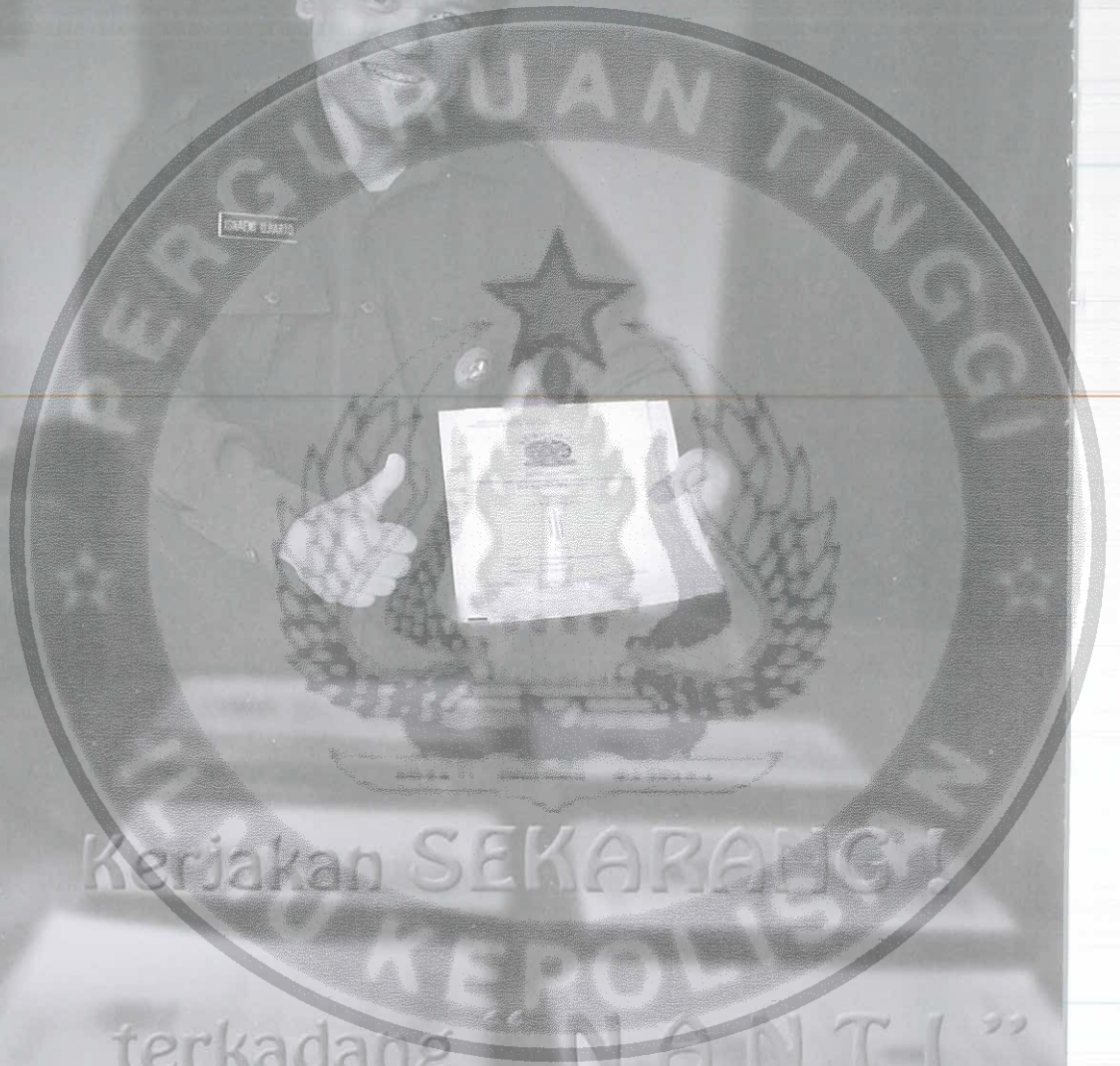
berbicara hanya Kabin Humas (tingkat Polda) dan Kabag Penum/ Karo Penmas serta Kadib Humas (tingkat Mabes). Pemikiran tersebut harus dirubah, setidaknya ada 4 (empat) alasannya. **Pertama, panggung semakin banyak.** Media massa telah berkembang dari yang konvensional (televisi, radio, koran) menjadi media modern (media sosial, blog, citizen journalism, media online) yang berbasis internet. Panggung tersebut harus diisi oleh penari-penari, yaitu mereka yang berada di kehumasan. **Kedua, akuntabilitas publik** yang menjadi ciri organisasi moderen.

Akuntabilitas sering diatrikan sebagai pertanggungjawaban terhadap lembaga/insansi/unit kerja yang akan menilai pelaksanaan tugas dan anggaran seperti BPK, DPR, Inspektorat, Kompolnas atau lembaga lainnya yang dilakukan secara periodik. Padahal, ada publik/warga masyarakat yang setiap saat memberikan penilaiannya. Contoh singkatnya, pajak warga masuk ke kas negara lalu dikelola dan didistribusikan ke lembaga pemerintah (termasuk Polri) dalam bentuk DIPA untuk melaksanakan tupoksinya. Hasil pelaksanaannya diketahui masyarakat hanya melalui media massa. Warga masyarakat ketika membaca pemberitaan tentang hasil pengungkapan curanmor yang dimuat dimedia massa misalnya, akan berujar: "Uang pajak saya tidak sia-sia, Polisi telah berhasil mengungkapnya". **Ketiga, kemamfaat/benefit bagi masyarakat.** Benefit dari sebuah kinerja akan menjadi value/nilai bagi sebuah *social resposibility*. Benefit yang harus diperoleh dari sebuah publikasi kehumasan harus mengandung : praktikal benefit (kiat-kiat), intelektual benefit (pemahaman bertambah), emosional benefit (empati dan simpati) dan spiritual benefit (semangat). **Keempat, transparansi publik.** Kebutuhan warga terhadap infomasi telah menjadi kebutuhan primer. Ketersediaan dan keterbukaan informasi harus dimiliki Kehumasan Polri. Informasi yang cepat dan tepat bisa menghilangkan persepsi negatif yang cenderung cepat menyebar dan meluas.

Keempat argumen tersebut belumlah lengkap untuk dapat membuka pemikiran akan pentingnya kehumasan. Dibutuhkan keikhlasan dan komitmen para pemimpin untuk menyadarinya. Organisasi Polri telah menjelma menjadi organisasi besar dengan kewenangan yang besar. Polri menjual "produknya" tanpa kompetitor. Profit yang diperoleh sebagai *out comes* pelaksanaan tugas Polri, hanyalah kepuasan dan dukungan masyarakat. Oleh

karenanya pengelolaan informasi dan publikasi kiranya dapat menjadi *mind set* pada pimpinan Polri di level manapun. Kapolri sendiri sudah mengarahkan supaya Polri bisa menjadi *media darling*. Mari kita dukung dan mengimplementasikannya dalam pelaksanaan tugas.[]





Kerjakan **SEKARANG!**

terkadang "NANTI"

akan menjadi...
"TIDAK PERNAH"