

STRATEGI *MEDIA RELATIONS* BIDHUMAS POLDA METRO JAYA DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF

Meifira Khairunnisa¹, Iriana Bakti², Heru Ryanto Budiana³

Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 2024

Revised Oktober 2024

Accepted Oktober 2024

Available online Oktober 2024

meifirakhkh@gmail.com,

iriana.bakti@unpad.ac.id,

heru.ryanto@unpad.ac.id

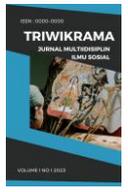


This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Triwikrama

Abstract. *This study aims to analyze the media relations strategy of Bidhumas Polda Metro Jaya in building a positive image of the police, particularly regarding drug abuse cases involving police officers. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through in-depth interviews and observation to understand Bidhumas' strategic measures. The findings show that media relations strategies involve intensive management of relationships with print and electronic media, along with the use of press conferences and live broadcasts to disseminate credible information to the public. Additionally, consistent interaction with journalists and the use of social media platforms play a crucial role in shaping a positive narrative about Polda Metro Jaya. The study also reveals that managing negative news about the police requires speed and accuracy to minimize negative impacts and foster positive public perceptions. In conclusion, Bidhumas' effective media relations strategies have succeeded in enhancing public trust and satisfaction with the police institution. Recommendations from this study emphasize the importance of further training for Bidhumas personnel to enhance media communication skills and expanding social media outreach to reach a wider audience.*

Keywords: *Media Relations, Positive Image, Drug Abuse, Polda Metro Jaya, Communication Strategy.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi media relations yang diterapkan oleh Bidang Hubungan Masyarakat (Bidhumas) Polda Metro Jaya dalam upaya meningkatkan citra positif institusi kepolisian di mata masyarakat, khususnya dalam menangani kasus penyalahgunaan narkoba oleh anggota Polda Metro Jaya sendiri. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bidhumas Polda Metro Jaya melakukan serangkaian langkah strategis dalam mengelola hubungan dengan media massa, termasuk menjalin komunikasi yang intensif dan berkelanjutan dengan jurnalis, mengadakan konferensi pers, serta menyebarkan informasi melalui berbagai platform media, baik cetak maupun elektronik. Strategi ini bertujuan untuk memastikan transparansi informasi dan membangun kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian. Selain itu, Bidhumas juga aktif dalam mengelola opini publik dengan memberikan respons cepat terhadap isu-isu negatif yang berpotensi merusak citra kepolisian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi media relations yang efektif dapat membantu Polda Metro Jaya dalam membangun dan mempertahankan citra positif di mata masyarakat, meskipun dihadapkan pada tantangan kasus internal yang sensitif seperti penyalahgunaan narkoba oleh anggotanya. Saran dari penelitian ini adalah pentingnya peningkatan pelatihan bagi personel Bidhumas untuk meningkatkan



keterampilan komunikasi media serta memperluas jangkauan media sosial untuk menjangkau lebih banyak audiens.

Kata Kunci: *Media Relations*, Citra Positif, Penyalahgunaan Narkoba, Polda Metro Jaya, Strategi Komunikasi.

LATAR BELAKANG

Bidang Humas Polda Metro Jaya, atau Bidhumas Polda Metro Jaya memiliki tugas-tugas yang berkaitan dengan informasi, di antaranya memberikan pengelolaan dan penyampaian informasi serta kerja sama dan kemitraan dengan media massa, memberikan penyajian informasi dan dokumentasi kegiatan yang berkaitan dengan penyampaian berita atau kabar di lingkungan Polda Metro Jaya kepada masyarakat. Hal ini memudahkan masyarakat atau publik untuk mendapatkan informasi tentang kepolisian, khususnya di wilayah Jabodetabek melalui *media relations* sehingga pembentukan *image* positif lebih mudah terealisasi (PMJ NEWS, 2020 dalam Maryana et al, 2021).

Mengacu pada Indonesia Drug Report 2024 yang dirilis oleh Badan Narkotika Nasional, DKI Jakarta menjadi daerah yang memiliki angka kasus pidana penyalahgunaan narkoba tertinggi di antara daerah-daerah lain di negara Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik di tahun 2022 yang dikutip oleh media *online* Tempo (Ira, 2024), DKI Jakarta memiliki posisi yang sangat strategis karena berada di pulau Jawa yang merupakan pulau terpadat di Indonesia. Hal ini memungkinkan DKI Jakarta untuk menjadi pusat kegiatan ekonomi dan pemerintahan Indonesia. Hal ini menjadi tanggung jawab Polda Metro Jaya yang memiliki yurisdiksi hukum di daerah Jabodetabek. Dalam pelaksanaan kegiatannya, Bidhumas Polda Metro Jaya perlu membangun hubungan dengan media-media massa nasional yang memiliki kantor pusat di daerah Jabodetabek, untuk memaksimalkan pemberitaan yang berkaitan dengan Polda Metro Jaya.

Bidhumas PMJ mengatakan bahwa fenomena sosial dan sensasionalitas kepolisian dapat mempengaruhi *image* dari masyarakat secara luas. Oktavianti dan Maring (2021) menyatakan bahwa banyaknya kasus kejahatan di tengah kehidupan masyarakat terus berkembang dan meningkat secara kuantitatif. Bidhumas Polda Metro Jaya sebagai institusi yang bertugas menangani masalah sosial perlu mengembangkan strategi *media relations* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi yang dapat menjangkau masyarakat sekaligus dapat diakses oleh masyarakat secara luas. Keberhasilan Bidhumas Polda Metro Jaya dalam mengatasi berbagai kasus dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap peran Polda Metro Jaya yang pada akhirnya melahirkan gambaran *image* yang positif di tengah masyarakat.

Media relations harus dilakukan oleh praktisi *public relations* karena keuntungan menjalin hubungan dengan media bisa berdampak pada pembentukan *image* yang berujung pada kepercayaan dan kepuasan khalayak terhadap produk/jasa yang ditawarkan (Nurudin, 2008). Oleh sebab itu, dalam hal ini dipilih media seperti media massa untuk menjangkau publik dengan lebih mudah. Tentu perlu dianalisis lebih lanjut bagaimana strategi *media relations* yang dilakukan Bidhumas tersebut dalam membangun citra positif Polda Metro Jaya terhadap



kepercayaan dan kepuasan masyarakat secara konkret. Menurut Anggraeni dan Fauzi (2021) menyatakan Kepolisian di Polda Metro Jaya telah melakukan strategi dalam membentuk citra Polri yaitu dengan cara para Anggota Polisi yang bertugas melakukan tugasnya dengan baik, dan melakukan berbagai kegiatan untuk melaksanakan strategi PR di Polda Metro Jaya, dan memang strategi tersebut berhasil membentuk citra positif kepolisian dengan melakukan kegiatan seperti publikasi, mengadakan *event*, *news*, mengadakan *charity*, logo (identitas), melakukan lobi, dan menjaga hubungan baik dengan sponsor.

Mengacu pada hasil-hasil penelitian sebelumnya meskipun penelitian yang dilakukan oleh Aisy (2022) serta Anggraeni dan Fauzi (2021) telah memberikan wawasan tentang strategi PR dan citra Polda Metro Jaya, namun masih terdapat urgensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan mengkaji lebih lanjut kompleksitas hubungan antara strategi PR, citra kepolisian, dan peran *media relation*, serta melihat dampaknya pada persepsi masyarakat. Selain itu, melihat penelitian sebelumnya yang lebih banyak mengkaji PR di media sosial Instagram Polda Metro Jaya, maka fokus penelitian ini lebih tertuju pada hubungan Bidhumas PMJ dengan partnernya, yaitu media massa. Dalam penelitian ini dilakukan pembaruan dengan menganalisis hubungan partner media pemberitaan daring dengan Bidhumas Polda Metro Jaya. Sehingga tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi *media relations* yang dijalankan PR atau Bidhumas Polda Metro Jaya berkontribusi dalam membangun citra secara positif menurut pandangan masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Public Relations

Public relations memainkan peran signifikan dalam memengaruhi dan membentuk citra suatu instansi atau perusahaan. Menurut Frank Jefkins dalam Sirait et al. (2018), *public relations* adalah kegiatan yang merinci komunikasi secara sistematis kepada publiknya dengan tujuan mencapai visi khusus yang didasarkan pada perspektif tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *public relations* memiliki peran krusial dalam mencapai tujuan suatu instansi atau organisasi, dengan fokus pada komunikasi untuk membangun citra positif di mata masyarakat. Menurut Winarni (2019), peran utama seorang *public relations* terkait erat dengan bidang informasi dan komunikasi mengenai aktivitas perusahaan yang diwakilinya, dengan tujuan menyampaikannya kepada komunikan (publik) sebagai targetnya.

Media Relations

Media relations merupakan usaha pencarian publikasi atau penyiaran yang maksimal mengenai suatu informasi kehumasan untuk menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi audiens dari perusahaan yang bersangkutan (Jefkins, 1992). Pemanfaatan media massa oleh humas diakui sebagai strategi efektif untuk mencapai tujuan komunikasi dengan masyarakat luas. Memanfaatkan berbagai media, baik cetak, elektronik, maupun internet, menjadi cara yang efektif untuk membangun citra positif dan reputasi organisasi. Ini menjadi penting karena mencapai audiens yang tersebar luas secara langsung akan memakan biaya dan tenaga yang

besar. Sebagai gantinya, humas mengandalkan media massa untuk mempermudah dan meningkatkan efektivitas komunikasi mereka.

Strategi Media Relations

Dalam mengelola sebuah kegiatan, diperlukan adanya sebuah strategi agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya hambatan. Dalam hal ini, strategi *media relations* dirasa penting untuk penanganan krisis perusahaan, strategi *media relations*, menurut Iriantara (2019), terdiri dari tiga taktik, antara lain:

1. **Taktik Mengelola Relasi**, Media dan wartawan merupakan dua profesi atau bidang tugas ini saling membutuhkan. Untuk membangun hubungan yang baik, tentu dibutuhkan komunikasi yang intens antara kedua pihak yang bersangkutan (Iriantara, 2019).
2. **Taktik Pengembangan Perencanaan**, Dalam rangka menjangkau publik yang menjadi khalayak sasaran kegiatan komunikasi yang dijalankan, seperti *media relations*, penting bagi praktisi PR untuk menyusun perencanaan yang tepat dalam berkomunikasi dengan publik tersebut (Iriantara, 2019).
3. **Taktik Pengembangan Jaringan**, Penting bagi seorang *public relations* untuk membangun dan mengembangkan relasi dengan cara membangun koneksi dengan orang-orang baru, baik dari dalam lingkaran pertemanannya, maupun di luar.

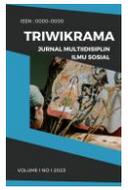
Citra

Citra memiliki peran krusial dalam multimedia karena mengandung informasi visual, memungkinkan manusia menganalisis dan menginterpretasikan informasi tersebut sesuai tujuan (Simangunsong, 2017). Sebagai komponen multimedia, citra memiliki peranan sangat signifikan sebagai representasi visual informasi (Wibowo & Susanto, 2016). Citra mencerminkan pandangan pihak lain terhadap suatu entitas, entah itu perusahaan, individu, komite, atau kegiatan. Perusahaan memiliki tugas membentuk citranya dengan mengidentifikasi citra yang diinginkan di mata publik atau masyarakat, seperti yang dijelaskan oleh Sutojo dalam Ardianto (2011).

Citra perusahaan berasal dari kepercayaan individu terhadap organisasi, tercermin dalam pandangan khusus mengenai perusahaan tersebut. Ini terkait dengan persepsi seseorang terhadap organisasi. Dalam menjaga citra lembaga, hubungan *media relations* dengan media memiliki peranan kunci. Untuk menetralkan situasi, lembaga perlu merespons dengan menyampaikan informasi positif melalui media, mengelola opini agar masyarakat mendukung aktivitas lembaga pemerintah (Kriyantono, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan studi deskriptif digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi secara



langsung mengenai strategi *media relations* yang diterapkan Polda Metro Jaya dalam memperbaiki citra positif secara mendalam dan komprehensif dengan mendatangi langsung informan. Peneliti menggunakan paradigma positivistik untuk menggambarkan realitas yang terjadi mengenai proses pengelolaan relasi, pengembangan perencanaan, dan pengembangan relasi yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya untuk dalam meningkatkan citra positif.

Teknik penentuan informan kunci yang digunakan merupakan *purposive sampling* atau sampel bertujuan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Bidang Humas Polda Metro Jaya. Sedangkan Objek penelitian atau topik penelitian yang akan dikaji pada penelitian ini adalah strategi *media relations* yang diterapkan oleh Bidang Humas Polda Metro Jaya. Dalam penelitian ini, yang menjadi informan kunci adalah Pejabat Sementara Kaurmitra Subbidpenmas, Kasubbag Renmin Bidhumas Polda Metro Jaya, serta satu anggota Pamin Urmitra Subbidpenmas Bidhumas Polda Metro Jaya. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara dan observasi.

Teknik analisis data yang peneliti pakai dalam penelitian ini ialah analisis data kualitatif. Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif, yang artinya analisis ini berdasarkan data yang telah dikumpulkan, kemudian diperluas menjadi dugaan-dugaan atau kesimpulan sementara. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Interactive Model* yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Penggunaan teknik analisis data ini dilakukan dengan melakukan pengumpulan data, reduksi data, *display data*, dan juga menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi *Media Relations* Bidhumas Polda Metro Jaya dalam Menjalin Relasi

Mengelola relasi yang baik dengan media merupakan hal yang penting untuk menunjang kegiatan *public relations* suatu lembaga. Beberapa perusahaan dan lembaga juga seringkali menjadikan jumlah pemberitaan yang disiarkan media massa sebagai tolak ukur keberhasilan suatu kegiatan *public relations*. Adapun langkah yang diambil Bidhumas Polda Metro Jaya dalam menjaga dan menjalin hubungan yang baik dengan media adalah salah satunya dengan cara melakukan komunikasi yang intensif dengan jurnalis dari media massa, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ibu risma selaku pejabat sementara kaurmitra menyampaikan "Sesering mungkin dilihat dari kebutuhan informasi yang mereka butuhkan dari kami. Pokoknya selagi mereka membutuhkan informasi dari Polri dari Humas sendiri yang bisa sebagai narasumber, sesering itu. Jadi tidak tertentu. Berkali-kali, hampir tidak terdata, mendadak, dan kami sering berkomunikasi." AKP Mulyadi selaku Kasubbag Renmin juga menyatakan bahwa Bidhumas Polda Metro Jaya menggunakan strategi yang konsisten dalam menjaga hubungan dengan media melalui komunikasi yang intensif dan terencana sehingga komunikasi dengan media dilakukan sesering mungkin.

Kecepatan dan fleksibilitas dalam memberikan informasi merupakan salah satu kunci sukses strategi *media relations* yang diterapkan oleh Bidhumas. Hal ini penting dalam menjaga hubungan yang baik dengan media, karena kecepatan dan akurasi informasi sangat dihargai



dalam dunia jurnalistik. Selain fleksibilitas dalam frekuensi komunikasi, durasi setiap interaksi juga sangat bervariasi, tergantung pada kompleksitas informasi yang dibutuhkan oleh media. Ibu Risma menyebutkan bahwa durasi komunikasi antara Bidhumas dan media dapat berlangsung hingga 1-2 jam tergantung pada kebutuhan informasi yang diperlukan. Jika media masih memerlukan penjelasan lebih lanjut, maka komunikasi bisa diperpanjang. Hal ini mencerminkan komitmen Bidhumas dalam memberikan layanan yang maksimal kepada media.

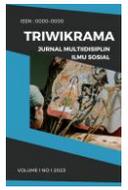
Perhatian yang luar biasa juga ditunjukkan oleh Bidhumas dalam menjalin hubungan dengan media. Ibu Risma menjelaskan bahwa ketika media memerlukan data atau informasi untuk dipublikasikan kepada publik, Bidhumas berupaya dengan cepat untuk menyediakannya. Dalam hal ini, Bidhumas berperan sebagai fasilitator utama yang menjembatani kebutuhan media dengan data yang tersedia di internal Polri, memastikan bahwa setiap informasi yang diberikan bersifat akurat dan dapat dipercaya. Dalam penyampaian pesan, Bidhumas menggunakan berbagai saluran komunikasi, baik tertulis maupun verbal, untuk menjalin hubungan dengan media. Ibu Risma menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan bisa berupa tulisan narasi, jurnal, pemberitaan *door stop*, wawancara, atau siaran pers.

Koordinasi antara Bidhumas dan media juga dilakukan secara sistematis melalui divisi khusus. Bu Risma menjelaskan bahwa Kaurmitra di Subbidpenmas Bidhumas bertanggung jawab untuk mengundang media dalam berbagai kesempatan. Proses undangan ini biasanya dilakukan melalui grup WhatsApp, di mana Bidhumas mengundang perwakilan media untuk menghadiri kegiatan atau wawancara yang akan dilakukan oleh Polri. Bidhumas telah membangun jaringan komunikasi yang efektif dengan media. Dalam hal peran sebagai juru bicara, Kabid Humas Polda Metro Jaya juga berperan sebagai sumber informasi utama yang bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi resmi kepada media. Bidhumas Polda Metro Jaya juga tidak membatasi media mana saja yang bisa mendapatkan akses informasi dari mereka. Bu Risma menegaskan bahwa semua media, baik media besar maupun kecil, tetap dilayani selama mereka memiliki akreditasi yang sesuai.

Secara keseluruhan, strategi media relations yang diterapkan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya menunjukkan komitmen kuat dalam membangun hubungan baik dengan media, mengutamakan fleksibilitas, kesigapan, dan keterbukaan. Dengan mengutamakan komunikasi yang responsif, penyampaian pesan yang beragam, dan akses yang terbuka kepada semua media, Bidhumas berhasil menjalin hubungan yang baik dengan media, yang pada akhirnya berkontribusi pada penyampaian informasi yang akurat dan terpercaya kepada publik.

Strategi Media Relations Bidhumas Polda Metro Jaya dalam Mengembangkan Perencanaan

Dalam menjalankan tugas ini, Bidhumas tidak hanya berfungsi sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai jembatan antara institusi kepolisian dan masyarakat, serta sebagai penghubung antara kepolisian dan media. Tidak adanya komplain dari masyarakat menandakan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan Bidhumas dalam menyampaikan informasi kepada publik sudah berada di jalur yang benar. Dengan fokus pada penyampaian informasi yang tepat,



Bidhumas berhasil membangun kepercayaan di tengah masyarakat, yang pada akhirnya berkontribusi pada persepsi positif terhadap institusi kepolisian. Namun, menjaga citra positif bukanlah tugas yang mudah, terutama dalam situasi di mana publik terkadang memiliki pandangan yang netral atau bahkan negatif terhadap institusi kepolisian. Untuk mengatasi tantangan ini, Bidhumas Polda Metro Jaya mengandalkan strategi komunikasi yang matang. Dengan strategi ini, Bidhumas tidak hanya berusaha menjaga keakuratan informasi, tetapi juga memastikan bahwa informasi tersebut dapat membangun hubungan kepercayaan antara kepolisian dan masyarakat.

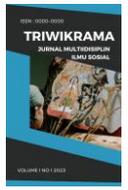
Menurut AKP Mulyadi, dalam mengembangkan perencanaan strategi media relations, Bidhumas Polda Metro Jaya menerapkan pendekatan yang sistematis dan terukur. Salah satu langkah kunci yang diambil adalah melalui koordinasi yang efektif antarbagian dalam Bidhumas, serta dengan satuan kerja lain. Bagian lain dari strategi perencanaan media relations Bidhumas adalah melatih anggotanya dalam menulis dan mengolah informasi. Sehingga Bidhumas didukung oleh tim yang memiliki keahlian dalam menulis press release, meskipun banyak anggota tim ini yang belajar secara otodidak. Hal ini menunjukkan bahwa Bidhumas tidak hanya berfokus pada kecepatan penyebaran informasi, tetapi juga pada kualitas dan keakuratan informasi yang disampaikan kepada media.

Bripda Didik menambahkan bahwa Bidhumas Polda Metro Jaya menerapkan strategi yang komprehensif dalam mengembangkan perencanaan media relations. Strategi ini didasari oleh kebutuhan untuk selalu memperbarui informasi yang diberikan kepada media. Dalam pengembangan perencanaan, Bidhumas juga melakukan evaluasi jenis informasi yang akan dipublikasikan dan menyesuaikannya dengan situasi terkini. Dengan demikian, perencanaan yang matang ini memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan tidak hanya akurat tetapi juga relevan dengan kebutuhan publik dan media. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Kekurangan personil ini sering kali membuat tugas-tugas Bidhumas menjadi lebih berat, terutama dalam hal menangani permintaan informasi yang datang secara mendadak dari media. Namun, AKP Risma menekankan bahwa meskipun menghadapi kendala ini, Bidhumas tetap mampu bersinergi dan menjalankan tugasnya dengan baik.

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, Bidhumas Polda Metro Jaya tetap berhasil menjalankan perannya sebagai penghubung antara kepolisian, media, dan masyarakat. Kecepatan dalam mengakses informasi, strategi komunikasi yang matang, serta hubungan baik dengan media menjadi kunci utama keberhasilan Bidhumas dalam membangun citra positif Polda Metro Jaya. Peluang besar dari berbagai kegiatan yang belum dipublikasikan juga memberikan ruang bagi Bidhumas untuk terus meningkatkan kontribusinya dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian.

Strategi Media Relations Bidhumas Polda Metro Jaya dalam Mengembangkan Jaringan

Untuk memastikan informasi yang diberikan kepada publik akurat dan tepat waktu, Bidhumas mengembangkan berbagai strategi dalam menjalin hubungan dengan media serta



membangun jaringan yang solid. Mengingat peran strategis ini, Bidhumas memanfaatkan *Media Relations* sebagai salah satu metode utama untuk memperluas jaringan, menjaga citra positif, dan memfasilitasi penyampaian informasi yang transparan. Salah satu aspek terpenting dalam *media relations* adalah kemampuan untuk berkolaborasi dengan berbagai lembaga terkait, baik dari internal Polri maupun institusi lain seperti TNI atau lembaga pemerintah lainnya. Relasi yang baik ini menjadi aset berharga bagi Bidhumas dalam memperluas jaringan media yang bisa diandalkan untuk mendukung kegiatan publikasi.

Strategi lainnya yang digunakan Bidhumas Polda Metro Jaya dalam mengembangkan jaringan adalah dengan memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan kepada publik melalui media sudah terverifikasi dengan baik. Narasumber menekankan pentingnya komunikasi yang efektif untuk menjaga keakuratan informasi. Menurut Bripda Didik Hariyanto pentingnya jaringan ini terlihat dari bagaimana Bidhumas memperlakukan media sebagai mitra strategis yang dapat membantu menyebarkan informasi penting ke publik. Dalam pengembangan jaringan, Bidhumas juga perlu bersinergi dengan organisasi profesi sejenis di bidang komunikasi dan informasi, seperti lembaga humas dari institusi lain. Hubungan ini dibangun atas dasar profesionalitas dan saling mendukung dalam hal berbagi informasi terkait kegiatan operasional masing-masing lembaga. Kolaborasi semacam ini menjadi kunci dalam memperluas jaringan, tidak hanya dengan media, tetapi juga dengan lembaga-lembaga komunikasi lain yang terlibat dalam penanganan informasi publik.

Strategi *media relations* Bidhumas Polda Metro Jaya sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk menjalin hubungan baik dengan media dan lembaga lain. Dengan kolaborasi yang baik, pertukaran informasi yang efektif, serta komunikasi yang matang, Bidhumas mampu membangun jaringan yang luas dan mendukung penyebaran informasi yang akurat. Tantangan terkait keterbatasan SDM dan pandangan sebelah mata dari internal Polda bukanlah penghalang bagi Bidhumas untuk terus memperkuat posisi strategisnya dan menjaga hubungan yang baik dengan media dan lembaga-lembaga terkait lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Tahap pengelolaan relasi yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam membangun hubungan yang baik dengan media massa dinilai cukup baik. Pada tahap ini, Bidhumas Polda Metro Jaya telah melakukan komunikasi secara intensif yang bisa dilihat dari frekuensi komunikasi antara anggota dan jurnalis yang tinggi melalui siaran pers dan grup Whatsapp sesering mungkin sebagai media penyebaran informasi. Tidak hanya itu, Bidhumas Polda Metro Jaya juga telah membuat pembagian kerja yang sesuai dalam memenuhi tugas sebagai juru bicara, koordinator media, dan penulis. Bidhumas Polda Metro Jaya membagi tiga jenis tugas tersebut kepada Kepala Bidhumas sebagai juru bicara yang kredibel, ketua Forum Wartawan Polda Metro Jaya sebagai koordinator media, dan Kaurmitra Subbidpenmas sebagai penulis. Dalam penyebaran informasi melalui media

- massa, Bidhumas Polda Metro Jaya juga sudah memiliki daftar media yang tercatat melalui keanggotaan Forum Wartawan Polda Metro Jaya.
2. Dalam tahap pengembangan perencanaan, Bidhumas Polda Metro Jaya pun telah melakukan penentuan tujuan terkait peningkatan *awareness* publik terhadap kegiatan-kegiatan dan kampanye yang dilaksanakan oleh Polda Metro Jaya, serta mengubah sikap dan mendorong tindakan publik terhadap program, kampanye, ataupun inisiatif lembaga. Bidhumas Polda Metro Jaya, di antaranya telah melaksanakan strategi komunikasi yang sudah melalui riset terlebih dahulu, mempublikasikan kegiatan-kegiatan Polda Metro Jaya melalui media sosial yang dimiliki lembaga, serta penyebaran himbauan-himbauan penting melalui grup Whatsapp atau media sosial. Dalam mengembangkan perencanaan, Bidhumas Polda Metro Jaya sudah menjalankan perencanaan komunikasi dengan melayani media massa, membangun citra positif lembaga, menyediakan naskah informasi yang baik, menyediakan fasilitas verifikasi informasi, hingga membangun hubungan personal dengan media massa. Tidak hanya itu, Bidhumas Polda Metro Jaya juga sudah memperhatikan dan memenuhi prinsip-prinsip dasar dari *media relations*, yaitu memperhatikan tenggat waktu, tidak pernah berbohong, mengembangkan kedekatan dan hubungan yang akrab, menjadi narasumber yang penting bagi media, dan menghindari konflik yang tidak perlu dengan jurnalis maupun media massa.
 3. Tahap pengembangan jaringan yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dinilai belum cukup, walau sudah terlaksana. Hal ini dikarenakan anggota Bidhumas Polda Metro Jaya hanya mengembangkan relasi dengan forum wartawan yang sudah bekerja sama dengan Polda Metro Jaya, seperti Forum Wartawan Polda Metro Jaya, dan Bidhumas TNI yang merupakan lembaga profesi sejenis. Hingga saat ini, Bidhumas Polda Metro Jaya belum memiliki relasi secara personal dengan jurnalis-jurnalis dari forum eksternal, serta organisasi profesi sejenis. Akan tetapi, Bidhumas Polda Metro Jaya telah membangun relasi yang baik dengan wartawan nasional maupun lokal.

Saran

1. Agar beban pekerjaan dapat terbagi dengan rata, sebaiknya Bidhumas Polda Metro Jaya memberlakukan pelatihan penulisan serta kehumasan kepada setiap anggota dari semua sub-bidang yang menjadi bagian dari Bidhumas Polda Metro Jaya. Hal ini dapat membuka peluang baru untuk personel yang belum pernah melakukan kegiatan kehumasan untuk turut serta berkomunikasi dengan media massa.
2. Dalam proses pemerolehan informasi, Bidhumas Polda Metro Jaya sebaiknya lebih transparan kepada satuan kerja lainnya mengenai situasi dan kondisi permintaan media, untuk menghindari adanya kekeliruan dan keterlambatan dalam pemrosesan informasi yang akan diserahkan kepada media.
3. Dalam proses media monitoring, sebaiknya Bidhumas Polda Metro Jaya juga menggunakan tools khusus media monitoring untuk meningkatkan peluang dalam memperluas cakupan publikasi informasi. Hal ini dapat mempermudah pemrosesan dan pengembangan strategi komunikasi.
4. Bidhumas Polda Metro Jaya sebaiknya menjalin dan memperluas hubungan dengan institusi profesi sejenis di bidang kehumasan dan kewartawanan. Hal ini memungkinkan para

anggota Bidhumas Polda Metro Jaya untuk bertukar informasi dan pengalaman, serta membangun hubungan yang positif dengan organisasi-organisasi tersebut, yang pada akhirnya akan menguntungkan lembaga untuk bertukar informasi dalam jangka panjang

DAFTAR PUSTAKA

- 'Aisy, R., & Yoedtadi, M. G. (2022a). Peran Bidhumas Polda metro jaya dalam membangun citra Positif Polisi melalui media Sosial Instagram. *Kiwari*, 1(2), 377. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15723>
- Anggraeni, R. N., & Fauzi, R. (2021). Strategi Humas Kepolisian dalam Membentuk Citra Organisasi Polri. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1). <http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.27246>
- Arai, E. (2024). Strategi Humas Pemerintah dalam Praktik Media Relations. Retrieved 2024.
- Ardianto, E. (2016). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. (2001). *Metode Penelitian*, Edisi I, cet. 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia. (2024). *Indonesia Drugs Report tahun 2024 - Puslitdatin BNN. Indonesia Drug Report 2024*. https://puslitdatin.bnn.go.id/konten/unggahahan/2024/06/IDR-2024-Final_Compressed.pdf
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2008). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. London: Routledge.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1).
- Fathoni, A. (2006). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ira, L. (2024). Daftar Pulau Di Indonesia Dengan Penduduk Terbanyak. Retrieved 2024, from <https://tekno.tempo.co/read/1844335/daftar-pulau-di-indonesia-dengan-penduduk-terbanyak>.
- Iriantara, Y. (2019). *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik: Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, F. (1992). *Public Relations 4th Edition*. London: Potman Publisher
- Kausar, I. (2024). Soal oknum polisi pakai narkoba, Polda Metro Jaya: masih berproses. *Antara News*. Retrieved 2024, from <https://www.antaraneews.com/berita/4092093/soal-oknum-polisi-pakai-narkoba-polda-metro-jaya-masih-berproses>.
- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis Dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana.
- Maryana, D., Ratna, P., Imaduddin, & Madonna, M. (2021). Praktik Jurnalisme Merek untuk Membentuk Citra Polda Metro Jaya (Studi Kualitatif Deskriptif Produksi Pesan pada PMJNEWS.COM). *Jurnal Daring Mahasiswa Komunikasi*, 1(2).

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A methods sourcebook*. SAGE.
- Nasution, S. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito Library.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Indeks.
- Nova, F. (2009). *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Nurudin. (2008). *Hubungan Media (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Oktavianti, R. N., & Maring, P. (2021). Peran Humas Polres Metro Jakarta Selatan Dalam Mempertahankan Citra Kepolisian melalui Instagram. *PANTAREI*, 5(3).
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rani, P. (2024). Polisi Ringkus Dua Pelaku Penggasak Ratusan Juta Rupiah Uang Nasabah BCA. *TVOne News*. Retrieved 2024, from <https://www.tvonenews.com/berita/54745-polisi-ringkus-dua-pelaku-penggasak-ratusan-juta-rupiah-uang-nasabah-bca?page=all>.
- Ridwan. (2004). *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung: Alfabeta, 137.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Samsu, S. (2019). *Metode Penelitian: Teori & Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research and Development*. Jambi: Pusaka Jambi.
- Sani, A., Sumartias, S., Hafiar, H., & Ismail, N. (2022). West Java Regional Police Public Relations personnel's adaptation to Digital Age Communication. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.24198/prh.v7i1.38645>
- Silviani, I. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Scopindo: Media Pustaka.
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyati. (2015). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Labkat Press.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Wibowo, A., Syahputra, S., & Susanto, R. D. (2021). Strategi komunikasi Korporat Dalam upaya peningkatan komunikasi internal dan Citra Perusahaan. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(2), 125–132. <https://doi.org/10.31334/lugas.v5i2.1871>
- Wiryono, S., & Sartika, I. (2024). Kontras: Ada 69 Peristiwa Anggota Polisi Terlibat Kasus Narkoba Setahun Terakhir. Retrieved 2024, from <https://nasional.kompas.com/read/2024/07/01/19103851/kontras-ada-69-peristiwa-anggota-polisi-terlibat-kasus-narkoba-setahun>.