

ABSTRAK

Analisis Implementasi Media Relations Polda DIY Untuk Mengembalikan Citra Kota Yogyakarta Dari Fenomena Klitih Tahun 2022

Dian Puspa Widyaningrum

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

190710218@student.mercubuana-yogya.ac.id

ABSTRAK

Aktivitas media relations POLDA DIY sangat mempengaruhi kelancaran dalam pembentukan citra Kota Yogyakarta yang berdampak pada slogan-slogan yang dimiliki salah satunya adalah ‘Yogyakarta Berhati Nyaman’ karena adanya fenomena klitih. Dampak dari fenomena tersebut berimbas pada ketidaknyamanan masyarakat Kota Yogyakarta dan perantau sehingga dibutuhkan peran POLDA DIY sebagai pelindung dan menumpas aksi yang memakan korban secara acak. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggali informasi lebih mendalam dan detail terkait Analisis Implementasi Media Relations Polda DIY Untuk Mengembalikan Citra Kota Yogyakarta Dari Fenomena Klitih 2022 serta dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori media relations yang dikemukakan oleh Soleh Sumirat dan Elvinaro yang terbagi menjadi 6 point penting. Dalam *By Serving The Media*, Bidhumas Polda DIY memberikan pelayanan dalam bentuk *release*, memproduksi informasi melalui Polda Jogja News dan memberikan aktivitas media seperti *doorstop*, MOU dan menjadi narasumber suatu kegiatan. Lalu melalui *By Establishing A Reputations For Reability*, Bidhumas Polda DIY berupaya untuk membangun reputasi yang berpengaruh pada citra keinginan dan perusahaan POLDA DIY dan Kota Yogyakarta dengan mengubah konotasi negatif klitih pada pemberitaan.

Sebagai *public informations* Bidhumas Polda DIY memberikan data sebenarnya berupa *release* yang disertai gambar atau foto yang mendukung yang sudah dikumpulkan lalu dikompulir oleh PID lalu diserahkan wartawan untuk dipublikasikan yang disebut dengan *By Supplying Good Copy*. Selain itu, kerja sama juga sangat diperlukan dalam *By Cooperations In Providing Material*, maka Bidhumas Polda DIY dan pekerja media saling berkoordinasi untuk menentukan jadwal dilaksanakannya agenda aktivitas media agar tidak terjadi *miss schedule*. Fasilitas tempat atau *By Providing Verifications Facilities* dalam peliputan harus disediakan oleh Bidhumas Polda DIY agar dapat menghasilkan *news release* yang menarik yang meliputi tempat dan cahaya yang cukup. Lalu yang terakhir adalah *Building Personal Relationship With The Media*. Strategi tersebut sangat dibutuhkan dalam aktivitas media agar Bidhumas Polda DIY dan rekan media merasa aman dan tidak merasa canggung sehingga dapat tercipta perasaan saling mengerti, menghormati dan saling memahami.

Kata Kunci: *Teori Media Relations, Public Relations, Citra, Humas Polda DIY*

Analysis Of The Implementation Of Diy Police Media Relations To Restore The Image Of Yogyakarta City From The Klitih Phenomenon In 2022

Dian Puspa Widyaningrum

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

190710218@student.mercubuana-yogya.ac.id

ABSTRACT

POLDA DIY's media relations activities greatly affect the image building of Yogyakarta City which has an impact on its slogans, one of which is 'Yogyakarta Berhati Nyaman' due to the klitih phenomenon. The impact of this phenomenon has an impact on the inconvenience of the people of Yogyakarta and migrants so that the role of DIY POLDA is needed as a protector and cracking down on actions that take random victims. The research used a descriptive qualitative method by digging for more in-depth and detailed information related to the DIY Police Media Relations Implementation Analysis to Restore the Image of Yogyakarta City from the Klitih Phenomenon 2022 and with data collection techniques through observation, interviews, literature studies and documentation.

The theory used in this research is the media relations theory proposed by Soleh Sumirat and Elvinaro which is divided into 6 important points. In By Serving The Media, Bidhumas Polda DIY provides services in the form of releases, produces information through Polda Jogja News and provides media activities such as doorstops, MOUs and being a resource person for an activity. Then through By Establishing A Reputation For Reliability, Bidhumas Polda DIY seeks to build a reputation that affects the image of the wishes and company of POLDA DIY and Yogyakarta City by changing the negative connotation of klitih in the news.

As public information, Bidhumas Polda DIY provides actual data in the form of releases accompanied by supporting images or photos that have been collected, compiled by PID and then submitted by journalists for publication, which is called By Supplying Good Copy. In addition, cooperation is also needed in By Cooperations In Providing

Material, so Bidhumas Polda DIY and media workers coordinate with each other to determine the schedule for implementing the media activity agenda so that there is no miss schedule. By Providing Verification Facilities in coverage must be provided by Bidhumas Polda DIY in order to produce an interesting news release, which includes sufficient space and light. The last one is Building Personal Relationship With The Media. This strategy is needed in media activities so that Bidhumas Polda DIY and media partners feel safe and do not feel awkward so that a feeling of mutual understanding, respect and understanding can be created.

Keywords: *Media Relations Theory, Public Relations, Image, DIY Police Public Relations*