

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Kota Yogyakarta memiliki keunikan yang dapat menarik perhatian wisatawan mancanegara. Berdasarkan perkembangan wisatawan Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan Januari – November 2022, bahwa terjadi kenaikan yang signifikan pada bulan Agustus Hingga November dengan 0,72%¹. Kota tersebut berbilang unik karena memiliki sentuhan budaya dengan ornamen khas Jawa yang dapat ditemui di lampu-lampu jalan dan bangunan yang berada di kanan kiri jalan. Kota Yogyakarta juga merupakan kota yang masih terkenal dengan kesultanan atau yang terkenal dengan Keraton Yogyakarta yang dimana sultan masih tinggal di dalam istana tersebut. Bagi masyarakat lokal maupun mancanegara dapat melihat bangunan yang ditinggali sultan walaupun tidak semua bagian istana tidak dibuka untuk umum. Sultan yang sampai sekarang masih pemimpin dan banyak dikenal oleh masyarakat adalah Sri Sultan Hamengkubuwono X atau sering disingkat HB X².

Selain memiliki banyak keunikan dan keragaman budaya, Kota Yogyakarta termasuk kedalam predikat kota yang paling layak huni pada tahun 2022. Kota Yogyakarta menduduki peringkat kedua setelah Kota Solo. Dari skala 0-100, Kota Yogyakarta mendapatkan skala 75,3 yang meraih skor tertinggi pada indeks energi, fasilitas peribadatan, penyediaan air bersih, telekomunikasi dan kebersihan kota³. Disamping itu, masyarakatnya dikenal dengan sikapnya yang murah senyum dan sikap sopan santun yang dimiliki, membuat Kota Yogyakarta memiliki slogan

¹ <https://yogyakarta.bps.go.id/pressrelease/2023/01/02/1286/perkembangan-pariwisata-d-i--yogyakarta--november-2022.html> diakses pada tanggal 1 April 2023.

² https://pmperizinan.jogjakota.go.id/web/detail/74/yogyakarta,_kota_istimewa_dengan_sejuta_kenangan_dan_keunikan diakses pada tanggal 1 April 2023.

³ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/12/10-kota-paling-layak-huni-di-indonesia-2022-solo-juara> diakses pada tanggal 13 November 2023

‘Yogyakarta Berhati Nyaman’. Namun pada saat ini, slogan tersebut menjadi pertanyaan baik bagi masyarakat lokal, perantau dan wisatawan.

Fenomena ‘klitih’ menjadi salah satu sebab mengapa slogan tersebut menjadi pertanyaan. Pada awalnya, ‘klitih’ merupakan kegiatan untuk menghilangkan rasa penat. Dikutip dari laman Kompas.com, kata ‘klitih’ sendiri merupakan bentuk kata ulang ‘klithah-klithih’ yang bermakna jalan bolak-balik seperti kebingungan. Namun pada saat ini, ‘klitih’ menjadi kata yang merujuk pada konotasi negatif yang menjadi kegiatan kriminalitas yang dilakukan oleh remaja sekolah⁴.

Aksi klitih yang dilakukan sekelompok remaja sudah bukan sesuatu yang asing khususnya oleh masyarakat Kota Yogyakarta. Tercatat sebanyak 12 kali aksi kejahatan sepanjang tahun 2022 menurut Jogja Police Watch (JPW) di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Aksi tersebut menggunakan senjata tajam (sajam) seperti celurit dan gir dengan korban yang tidak ditentukan, dalam artian target klitih bisa terjadi oleh siapa saja tanpa memandang umur dan gender⁵. Hal tersebut yang membuat masyarakat hingga wisatawan merasa resah dan mempertanyakan tentang validitas slogan Kota Yogyakarta. Dilansir dari salah satu media berita digital News.Detik.com, salah satu kasus yang mengakibatkan korban meninggal dunia pada tanggal 3 April 2022 yang dimana bulan tersebut seluruh umat muslim sedang melaksanakan ibadah puasa yaitu bulan Ramadhan, korban tersebut merupakan remaja yang merupakan salah satu siswa SMA di Yogyakarta. Kronologi dari kejadian tersebut bermula ketika korban dan temannya sedang berkendara pada malam hari untuk mencari makanan untuk melaksanan sahur kemudian berpapasan dengan pelaku di Jalan Gedongkuning, Yogyakarta. Tiba-tiba saja pelaku menyabetkan gir pada korban yang mengakibatkan kepala korban

⁴<https://travel.kompas.com/read/2022/04/06/051627827/apa-itu-klitih-di-yogyakarta-berikut-asal-usulnya?page=all> diakses pada tanggal 2 April 2023.

⁵<https://yogya.inews.id/berita/miris-sepanjang-2022-jpw-catat-ada-12-kali-aksi-klitih-di-yogyakarta/3> diakses pada tanggal 2 April 2022.

terluka parah. Korban pun sempat terseret sejauh 20 meter dari lokasi kejadian dan korban langsung larikan ke rumah sakit namun nyawanya tidak terselamatkan⁶.

Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan lembaga kepolisian tingkat provinsi yang dipimpin oleh Kapolda dan dipimpin langsung oleh Kapolri. Polda DIY memiliki peran penting dalam mengayomi, melindungi serta memberikan pelayanan kepada masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Bidang humas merupakan salah satu kebidangan yang dibentuk untuk dapat berhubungan dengan masyarakat secara langsung serta memiliki peran dalam membangun citra yang positif. Hal tersebut berkaitan dengan visi dan misi Polda DIY yaitu terwujudnya pelayanan kamtibmas yang unggul, terjalinnya kemitraan dengan masyarakat, penegak hukum yang efektif serta sinergi polisional yang proaktif dalam rangka memantapkan keamanan di wilayah DIY yang kondusif serta tetap memperhatikan kearifan lokal⁷.

Fenomena klitih yang sedang marak di Kota Yogyakarta menjadi suatu pertanyaan slogan yang dimiliki serta penurunan pandangan terhadap citra Kota Yogyakarta yang dimana dipandang sebagai kota yang nyaman, aman dan tentram. Humas Polda DIY memiliki peran aktif dalam mengembalikan citra Kota Yogyakarta baik melalui media digital maupun media massa. Relasi media diperlukan untuk dapat mengembalikan citra serta slogan yang dimiliki kota tersebut. Tertulis dalam Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2010, bagian ketujuh, bidang kehumasan bertugas melaksanakan kegiatan Hubungan Masyarakat (Humas) melalui pengelolaan dan penyampaian pemberitaan atau informasi dan dokumentasi serta kerja sama dan kemitraan dengan media massa serta melaksanakan analisis dan evaluasi kegiatan bidang humas. Peranan media dalam menyebarkan informasi diperlukan agar masyarakat mengetahui perkembangan fenomena tersebut.

⁶<https://news.detik.com/berita/d-6016200/pelajar-korban-tewas-klitih-di-yogya-ternyata-anak-anggota-dprd-kebumen> diakses pada tanggal 2 April 2023.

⁷ Faishal Arif, M., & Fadhil Widiawan, R. 2023, Peran Divisi Humas Polda DIY Dalam Membangun Citra Positif. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Universitas Mataram, 4(1), hal 32.

Berkaitan dengan fenomena tersebut, pengguna twitter menggunakan tagar #JogjaDaruratKlitih agar berita tersebut dilirik oleh lembaga kepolisian. Melalui aplikasi Twitter pada tanggal 29 Mei 2022, salah satu pengguna dengan username @priesuprie memposting kembali postingan @merapi_uncover yang memposting kejadian klitih yang terjadi di Bumijo dengan pelaku 6 orang dan 3 motor. Pengguna dengan usernamer @priesuprie tersebut memposting ulang dengan komentar “Pak @PoldaJogja @PolresJogja @PolresBantulDIY sudah menyerah mungsuh #klitih pak? Pak @ListyoSigitP apakah ndak ada orang yang berani menjaga #yogyakarta. Masih #jogjadaruratklitih #jogjatidakaman”⁸. Dari postingan tersebut, @priesuprie mengeluhkan terkait fenomena klitih yang tidak dapat teratasi dengan baik oleh lembaga kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta. Bahkan beliau sampai menandai akun lembaga kepolisian serta Kapolri agar fenomena tersebut dapat menjadi masukan dan korban dapat berkurang seiring berjalannya waktu sehingga Kota Yogyakarta dapat kembali menjadi kota yang nyaman dan aman dihuni.

Pada tanggal 29 Maret 2023, juga terdapat kejadian serupa yang hampir memakan korban. Melalui media Twitter melalui perantara base @convomfs, seorang pengirim (*sender*) mengeluhkan keamanan serta kecuekan warga Kota Yogyakarta. Dalam unggahan tersebut menggunakan foto yang berisi kata-kata “kenapa ya hidup dijogja ga aman? Sekitar jam 15.15 tadi aku diberhentiin 4 orang, mereka bawa motor sendiri-sendiri sampai kita kebut-kebutan tabrak-tabrakan sampai mereka nyabut kunci motorku pas aku naik motor ngebut, jalanan ramai tapi ga ada yang nolongin sama sekali padahal depannya ada pos polisi tapi polisinya ga bantu sama sekali padahal aku cewe. Mereka ngejar aku dari amplas sampai pasar sambi legi dengan alesan suruhan orang buat ambil motor” yang dimana foto tersebut dilengkapi dengan teks yang menjelaskan tentang apa yang terjadi dengan dirinya yaitu “ini hampir mirip cerita kakak aku dan aku di jogja juga. Apa emang disini udah gak seaman dan warganya secuek itu ya? *Gladly she is still with us until*

⁸ <https://twitter.com/priesuprie/status/1530705067732770816?t=5fSnUVLPjzSLC4UyuS86iw&s=19> diakses pada tanggal 26 Juni 2023.

*now*⁹. Dari unggahan tersebut banyak pengguna lain yang merasa berempati serta waswas terhadap keadaan Kota Yogyakarta.

Unggahan tersebut sudah mencapai 1,1082 komentar, 2,900 unggahan ulang (*retweet*), 17,7ribu suka dan 2.1M *insight*. Pada unggahan tersebut, akun @ekadwiarianto memberikan komentar disertai video yang dimana menjelaskan bahwa sekitar jam 5 lebih ada 2 remaja yang berboncengan dikejar oleh segerombolan motor di dekat Samsat Kota Yogyakarta, satu temannya berhasil menyelamatkan diri namun satu temannya jatuh dan langsung dikeroyok hingga dilarikan ke rumah sakit dengan keadaan yang kritis¹⁰. Lalu pengguna lain dengan username @xgrowlx memberikan komentar dengan menandai @PoldaDIY dalam komentarnya yang berisikan “Pak/Bu @PoldaDIY, tolong banyakin patrol di DIY tiap malam. Sudah sangat rawan. Dan kalua ada pelaku klitih yang tertangkap mohon banget tembak bagian dengkulnya kalo perlu dalam penegakan hukumnya #JogjaDaruratKlitih @humasjogja @kratonjogja”¹¹.

Dari unggahan tersebut, masyarakat sudah sangat merasakan ketidakamanan Kota Yogyakarta dengan banyaknya korban yang selalu berjatuhan dan banyak juga yang nyawanya tidak terselamatkan. Tagar #JogjaDaruratKlitih digunakan agar lebih mudah terlihat dan dibaca bahwa Kota Yogyakarta membutuhkan keikutsertaan lembaga kepolisian (POLDA DIY) untuk selalu melindungi warganya dari ancaman-ancaman baik luar maupun dalam kota.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi media relations yang digunakan oleh Humas Polda DIY dalam membangun media dan hubungan dengan masyarakat khususnya Kota Yogyakarta serta menjelaskan tentang definisi media relations, aktivitas dan manajemen media

⁹ https://twitter.com/convomfs/status/1639457919103303681?t=FdR-zfxpYh2Z_h3_HM8tiA&s=19 diakses pada tanggal 26 Juni 2023.

¹⁰ https://twitter.com/ekadwiarianto/status/1639594706232553473?t=wRVok6jjsc_U-I6so2hyew&s=19 diakses pada tanggal 26 Juni 2023.

¹¹ <https://twitter.com/xgrowlx/status/1639765348894515200?t=s7xN4hLBefM7pAEI6BdaLA&s=19> diakses pada tanggal; 26 Juni 2023.

relations yang digunakan dalam membentuk citra Kota Yogyakarta yang memiliki hubungan kuat dengan slogan “Yogyakarta Berhati Nyaman”.

Humas Polda DIY dipilih menjadi objek penelitian karena relevan dengan penelitian terkait fenomena klitih yang sedang marak terjadi di Kota Yogyakarta. Hal tersebut dilihat dari fungsi humas yang berkaitan dengan masyarakat. Humas Polda DIY memiliki fungsi untuk merumuskan dan melaksanakan kebijakan, pengelolaan opini publik, sumber daya komunikasi publik, kemitraan komunikasi, layanan informasi publik, pengelolaan informasi dan media publik. Melalui media relations, humas dapat membangun citra agar dapat membentuk opini publik yang positif.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah dirumuskan sebagai berikut, bagaimana Analisis Implementasi Media Relations Polda DIY Untuk Mengembalikan Citra Kota Yogyakarta Dari Fenomena Klitih?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Penulisan penelitian berdasarkan fenomena ‘klitih’ yang dilakukan oleh para remaja sedang marak terjadi di Kota Yogyakarta. Humas Polda DIY memiliki peran untuk mengembalikan citra Kota Yogyakarta yang telah luntur dan ketidaksesuaian dengan slogan yang dimiliki yaitu “Yogyakarta Berhati Nyaman”. Maka dari rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui implementasi Polda DIY dalam menggunakan media relations untuk mengembalikan citra Kota Yogyakarta dari Klitih.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1.4.1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta untuk penelitian selanjutnya serta dapat memberikan

kontribusi ilmu pengetahuan bagi ilmu komunikasi tentang implementasi media relations.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Mengetahui implementasi media relations Polda DIY dalam mengembalikan citra Kota Yogyakarta dari fenomena klitih.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis dan menambah wawasan terkait implementasi media relations dalam upaya mengembalikan citra.

1.5. METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1. Paradigma Penelitian

Dalam suatu penelitian, paradigma merupakan alur atau kerangka berpikir yang diterapkan oleh peneliti dalam memandang suatu realita permasalahan yang diangkat menggunakan teori, metodologi dan tipe penelitian yang digunakan untuk dapat menginterpretasikan temuan. Menurut Bogdan dan Biklen, paradigma adalah suatu asumsi dasar mengenai materi pelajaran, tujuan dan sifat bahan ajar yang akan dipelajari. Paradigma penelitian dibagi menjadi empat jeni yang terdiri dari *Postpositivism*, *Constructivism-Interpretivism*, dan *Critical-ideological*¹².

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma *interpretivism* atau interpretatif. Studi fenomenologi termasuk dalam bagian paradigma interpretatif yang mempelajari tentang realitas sosial secara mendalam. Dalam paradigma ini, bertujuan untuk menafsirkan, memahami kehidupan sosial serta menekankan makna dan pemahaman¹³.

¹² Batubara, J. 2017, *Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling*. Jurnal Fokus Konseling, 3(2), hal. 103-104.

¹³ Manzilati, A 2017, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press, Malang. hal.4.

1.5.2. Metodologi Penelitian

Dalam bahasa Inggris, penelitian disebut dengan *research*. *Research* tersebut berfungsi untuk menciptakan sesuatu yang baru atau mengembangkan penelitian yang sudah ada untuk mendapatkan pemahaman baru yang lebih detail dan kompleks. Menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk menafsirkan suatu fenomena dengan latar alamiah¹⁴.

Berdasarkan fenomena klitih di Kota Yogyakarta, peneliti menggunakan teknik metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif untuk menggali informasi lebih mendalam dan lebih detail terkait realitas sosial yang sedang terjadi kepada Humas Polda DIY. Hal tersebut berkaitan dengan penggunaan media relations yang digunakan oleh Humas Polda DIY untuk mengembalikan citra Kota Yogyakarta yang semakin tidak sesuai dengan slogan yang dimiliki yaitu 'Yogyakarta Berhati Nyaman'.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif karena metode tersebut mempermudah peneliti untuk menyajikan data secara langsung yang diambil antara peneliti dan narasumber yang fokus pada suatu permasalahan yang menekankan masalah kehidupan sosial secara rinci serta penggunaan media relations yang digunakan untuk membentuk hubungan antara humas, media dan masyarakat.

1.5.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan berkompeten yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto dalam Buku Prosedur Penelitian, subjek penelitian adalah memberi batasan pada subjek penelitian sebagai benda, hal atau tempat data untuk variabel penelitian yang

¹⁴ Anggito, A., & Setiawan, J. 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, CV Jejak, Jejak Publisher, hal 7.

dipermasalahan¹⁵. Dalam penelitian Analisis Implementasi Media Relations Polda DIY Untuk Mengembalikan Citra Kota Yogyakarta Dari Fenomena Klitih Tahun 2022, penulis memilih subjek penelitian Humas Polda DIY karena bidang tersebut sebagai pengelola media dan opini publik dalam membangun citra serta membangun hubungan antar masyarakat. Namun, subjek juga dapat bertambah atau berubah-ubah sesuai dengan data kebutuhan penelitian sebagai penguat fakta dan tambahan informasi melalui informan yang telah ditentukan. Penelitian tersebut dilaksanakan di Polda DIY.

1.6. JENIS DATA

1.6.1. Data Primer

Pada penelitian kualitatif maupun kuantitatif, membutuhkan data primer dan sekunder. Dalam penelitian kualitatif, data primer menjadi data utama dalam penelitian. Data yang digunakan adalah melalui wawancara yang dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada narasumber. Menurut Ismail Suardi Wekke, data primer atau sumber primer adalah data-data penelitian yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari lapangan dengan cara mengamati atau mewawancarai narasumber.

1.6.2. Data Sekunder

Data sekunder menjadi data kedua yang menjadi penguat data primer didalam penelitian kualitatif. Menurut Ismail Suardi Wekke, data sekunder atau sumber sekunder merupakan data yang didapat melalui sumber bacaan seperti dokumen-dokumen resmi dari instansi, surat-surat pribadi, buku harian, nota, dan lain-lain yang merupakan data tertulis. Data tersebut dapat juga diperoleh melalui bahan bacaan kepustakaan untuk memberikan kejelasan data primer¹⁶.

¹⁵ Arikunto, Suharsimi., (2016), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. hal 26.

¹⁶Suardi Wekke, I., dkk 2019, *Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. Metode Penelitian Sosial*, CV.Adi Karya Mandiri, Yogyakarta, hal 70-71.

1.7. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1.7.1. Observasi

Dalam penelitian kualitatif, observasi diperlukan untuk dapat melihat objek secara subjektif. Observasi merupakan pengamatan terhadap objek penelitian dan pencatatan terhadap fenomena yang diteliti. Menurut Sanafiah Faisal, observasi menjadi tiga macam yaitu observasi partisipasi, observasi terang-terangan dan tersamar dan observasi terstruktur dan tidak terstruktur.

Pada penelitian ini, observasi yang digunakan adalah observasi terang-terangan dan tersamar. Dalam observasi tersebut, peneliti meminta secara terang-terangan bahwa membutuhkan data tertentu untuk kebutuhan penelitian kepada narasumber apabila narasumber tidak keberatan memberi informasi yang dibutuhkan.

1.7.2. Wawancara

Proses pengumpulan data dalam penelitian kualitatif membutuhkan wawancara sebagai data penelitian pokok atau data primer. Dalam kegiatan tersebut, wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan suatu informasi secara rinci dan detail. Menurut Stewart dan Cash, wawancara merupakan suatu interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran informasi, aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan dan motif.

Dalam penelitian tersebut peneliti memilih AKBP Verena Sri Wahyuningsih S.H., M.Hum. yang menjabat sebagai Kassubid Penmas Bid Humas Polda DIY sebagai narasumber pengumpulan data melalui wawancara. Hal tersebut karena narasumber berkompeten untuk dimintai informasi terkait implementasi media relations Polda DIY dalam mengembalikan citra Kota Yogyakarta dari fenomena klitih.

1.7.3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan aktivitas untuk memperoleh data melalui literatur yang berhubungan dengan penelitian. Pengumpulan data studi pustaka melalui sumber seperti buku, jurnal, dan riset-riset yang telah dilakukan sebelumnya¹⁷.

1.7.4. Dokumentasi

Kegiatan terakhir dalam penelitian adalah dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, dokumentasi merupakan pelengkap data yang telah diperoleh melalui lapangan. Agar dapat mendapatkan informasi pelengkap, peneliti membutuhkan alat digital seperti *tape recorder*, kamera, dan buku catatan guna untuk merekam informasi baik secara non verbal maupun verbal¹⁸. Dalam Buku Metode Penelitian Sosial, Bugin mengemukakan ada berbagai macam bentuk documenter yaitu autobiograf, surat – surat pribadi, buku-buku, catatan, kliping, dokumen pemerintah, cerita rakyat, film, dan lain-lain. Seluruh data tersebut bersifat tidak terbatas sehingga memungkinkan peneliti memperoleh peristiwa yang telah lampau¹⁹.

1.8. TEKNIK ANALISIS DATA

Setelah melaksanakan pengumpulan data, tahap penelitian selanjutnya adalah analisis data. Analisis data dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian secara maksimal dari berbagai sumber yang telah dikumpulkan. Menurut Miles dan Huberman ada empat tahap untuk menganalisis data penelitian kualitatif yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

¹⁷ Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. 2022, *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), hal. 974.

¹⁸ Rukajat, A 2018, *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish, Yogyakarta. hal. 26.

¹⁹ Suardi Wekke, I., dkk 2019, *Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. Metode Penelitian Sosial*, CV.Adi Karya Mandiri, Yogyakarta, hal 49-51.

1.8.1. Pengumpulan Data

Pada awal penelitian, pengumpulan data merupakan kegiatan mengumpulkan sumber-sumber terpercaya dan sudah tervalidasi sebagai sumber data penelitian. Pengumpulan data tersebut adalah kumpulan dari data primer dan sekunder. Data primer meliputi transkrip wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Sedangkan data sekunder meliputi halaman web, dokumen resmi dan berkas lain sebagai pendukung data primer.

1.8.2. Reduksi Data

Setelah mengumpulkan data yang diperlukan sebagai bahan penelitian, selanjutnya adalah memilah data sesuai dengan bidang dan menyusun data yang akan digunakan dalam penelitian. Setelah mereduksi data, peneliti memeriksa kembali data yang telah dipilih dalam satu bidang untuk dapat memperoleh ilustrasi yang utuh terkait masalah penelitian

1.8.3. Penyajian Data

Penyajian data atau *display data* adalah bentuk analisis yang disajikan dalam bentuk narasi. Dalam proses tersebut, panaliti menggambarkan hasil temuan data penelitian dalam bentuk uraian yang sudah berurutan dan sistematis.

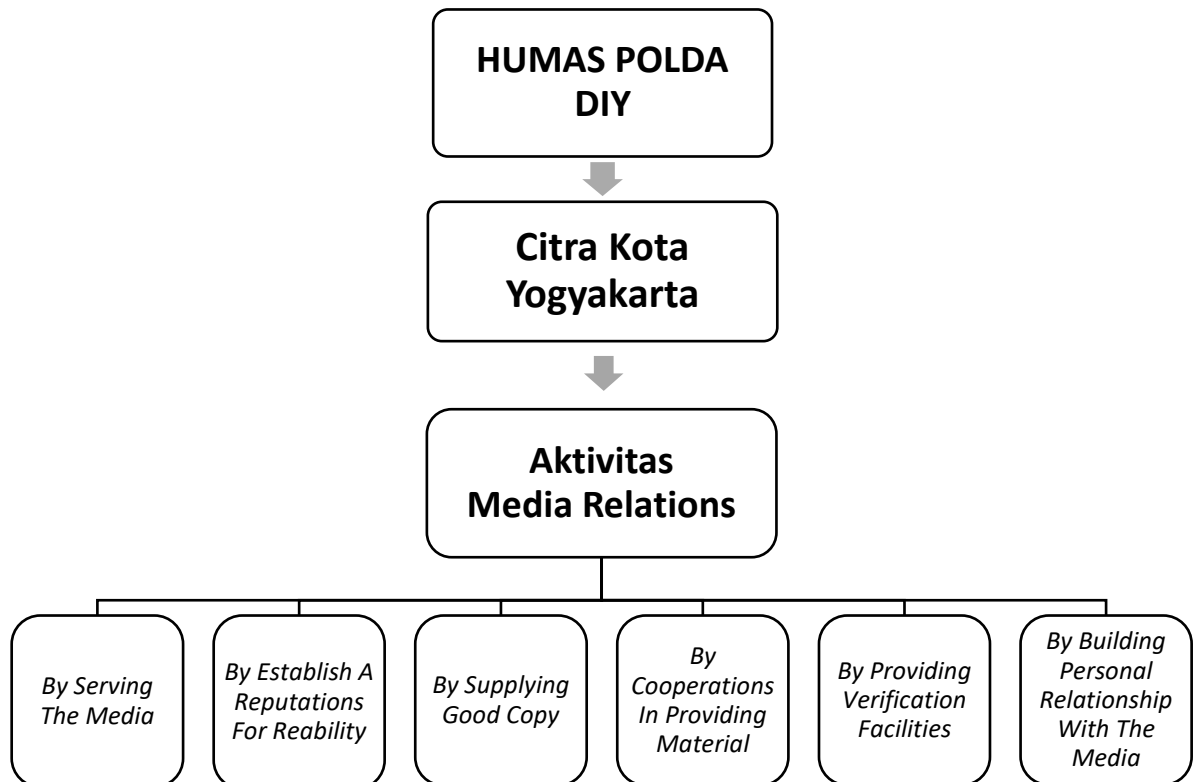
1.8.4. Kesimpulan

Proses terakhir dalam analisis data adalah kesimpulan. Maksud dari kesimpulan adalah menarik inti dari data yang sudah di kumpulkan, reduksi dan penyajian data. Pada tahap ini, peneliti sudah menemukan data yang diperoleh dari lapangan secara faktual yang meliputi wawancara, pengkategorian tematik lalu disajikan dalam bagian deskripsi sebagai pendukung pernyataan peneliti²⁰.

²⁰ Harahap, N 2020, *Penelitian Kualitatif*, Wal Ashri Publishing, Sumatra Utara. hal 90-92.

1.9. KERANGKA KONSEP, DEFINISI KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL

1.9.1. Kerangka Konsep



Tabel 1. 1. Kerangka Konsep Penelitian

1.9.2. Definisi Konsep

1.9.2.1. Publik Relations

Humas atau Public Relations adalah mediator yang mengatur hubungan antara perusahaan atau instansi dengan masyarakat internal maupun eksternal. Kegiatan tersebut berupaya untuk membangun opini publik dan citra yang positif di kalangan masyarakat. Definisi Public Relations yang diambil dari The British Institute of Public Relations, berbunyi:

“Public Relations activity is management of communications between an organization and its publics”

Dari definisi tersebut, menjelaskan bahwa Public Relations merupakan aktivitas yang mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai suatu tujuan yang berkaitan dengan komunikasi, manajemen, opini publik, dan membentuk kerja sama.

Pentingnya peranan public relations dalam suatu lembaga atau instansi untuk dapat berhubungan dengan masyarakat, Dozier dan Broom mengategorikan peranan public relations menjadi empat, yaitu: penasehat ahli (*expert prescriber*), fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*), fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*), dan teknisi komunikasi (*communication technician*). Dalam keempat kategori tersebut terdapat manajemen public relations yang berbeda, perbedaan tersebut dilihat dari manajerial *skill*, keterampilan hubungan antar individu dan keterampilan teknis dalam manajemen Humas²¹.

1.9.2.2. Teori Media Relations

Dalam suatu media relations seorang public relations perlu memperhatikan hal-hal yang dapat berpengaruh pada aktivitas media yaitu strategi yang dikemukakan oleh Soleh Sumirat dan Elvirano. Soleh Sumirat dan Elvirano menjelaskan bahwa terdapat 6 point penting yang perlu dilakukan oleh seorang public relations agar dapat melakukan tugas-tugasnya dengan baik dan efektif. Maka strategi dengan media dapat dibagi menjadi 6 yaitu:

²¹ Ruslan, R. 2017, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi Edisi Revisi*, PT. RajaGrafindo Persada, Depok. hal 15-22.

a. *By Serving The Media*

Seorang public relations, dituntut untuk selalu sedia dalam memberikan pelayanan seperti kebutuhan atau fasilitas yang dapat menunjang aktivitas media relations. Pelayanan lain dapat berupa memberikan salinan pers kepada wartawan agar dapat menjadi sumber informasi yang menarik.

b. *By Establishing A Reputations For Reability*

Pada strategi tersebut, public relations berupaya untuk menegakkan reputasi agar dapat dipercaya oleh masyarakat dengan cara menyiapkan bahan-bahan informasi yang akurat. Pada strategi tersebut, seorang public relations dapat menyediakan seorang narasumber yang sesuai agar berita yang dihasilkan memiliki suatu kredibilitas.

c. *By Supplying A Good Copy*

By supplying a good copy dapat dilakukan dengan memberikan pasokan informasi melalui naskah yang telah disusun oleh public relations yang dapat disertai dengan gambar atau foto yang mendukung. Naskah yang diberikan kepada wartawan diharapkan dapat memenuhi 'selera' media dalam publikasi.

d. *By Cooperations In Providing Material*

Bagi seorang public relations selain menjadi pemasok naskah, menjalin kerja sama dengan media juga perlu diperhatikan agar pekerja media merasa dihargai. Maka hal tersebut diperlukan suatu diskusi untuk menentukan waktu pertemuan agar tidak terjadi miss schedule, sehingga dapat tercipta suatu hubungan kerja sama yang baik dalam menyediakan bahan informasi.

e. *By Providing Verification Facilities*

Selanjutnya terkait fasilitas yang perlu disediakan oleh public relations dalam melakukan aktivitas media yaitu dengan memberikan tempat dan cahaya yang cukup mendukung sebagai dokumentasi pemberitaan. Pada strategi tersebut, public relations harus memberikan fasilitas yang diperlukan rekan wartawan dalam peliputan termasuk internet apabila dibutuhkan.

f. *By Building Personal Relationship With The Media*

Strategi terakhir adalah dengan membangun hubungan personal antara kedua belah pihak yaitu wartawan/mitra/media dan public relations. Strategi tersebut dilakukan dengan membangun hubungan personal agar tercipta rasa saling mengerti, memahami dan menghormati antar profesi

1.9.2.3.Citra

Sebagai Humas atau Public Relations membentuk citra positif merupakan tujuan utama dalam dunia hubungan masyarakat. Citra sendiri memiliki definisi abstrak yang dimana setiap orang memiliki pandangan tersendiri terhadap sesuatu. Citra tidak dapat dirasakan namun memiliki *impact* yang dapat dirasakan melalui penilaian baik dan buruk yang dihasilkan.

Penilaian atau tanggapan dari publik sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu lembaga atau perusahaan. Apabila suatu perusahaan memiliki penilaian atau citra yang buruk, maka masyarakat tidak memiliki ketertarikan sehingga menyebabkan perusahaan tersebut bangkrut. Namun sebaliknya, citra dapat menjadi suatu yang menguntungkan apabila memiliki kesan yang baik sehingga dapat membentuk opini publik secara luas.

Menurut Franks Jefkins, citra dibedakan menjadi beberapa macam. Dalam pembagian tersebut, setiap citra memiliki fungsi tersendiri dalam dunia aktivitas hubungan masyarakat. Citra dibedakan antara lain seperti berikut:

- a. Citra Cermin (*Mirror Image*)
- b. Citra Kini (*Current Image*)
- c. Citra Keinginan (*Wish Image*)
- d. Citra Perusahaan (*Corporate Image*)
- e. Citra Serbaneka (*Multiple Image*)
- f. Citra Penampilan (*Performance Image*)²² .

²² Ruslan, R. 2017, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi Edisi Revisi*, PT. RajaGrafindo Persada, Depok. hal. 75-79.