

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam instansi pemerintahan atau lembaga, strategi kehumasan sangat penting untuk memastikan bahwa setiap tindakan yang diambil oleh instansi tersebut bergerak menuju tujuan yang diinginkan dengan langkah – langkah yang terarah. Selain itu, kebijakan dan program – program yang dimiliki oleh instansi perlu diimplementasikan secara optimal agar informasinya dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Oleh karena itu, penyusunan strategi komunikasi menjadi hal yang sangat penting bagi instansi guna memastikan bahwa tujuan tersebut dapat tercapai dengan efektif dan maksimal.

Menurut Cutlip seperti yang dijelaskan oleh Yulianti, bidang humas memiliki fungsi yang terdiri dari: 1) Memeriksa dan menilai opini publik terkini mengenai organisasi, 2) Memberikan saran atau informasi kepada manajemen mengenai persepsi masyarakat, 3) menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi opini publik. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika humas merupakan bagian yang vital dalam setiap organisasi dan merupakan bagian penting dalam komunikasi publik. Selain berfungsi sebagai mengoutput informasi dan alat pencitraan, humas juga dapat berkontribusi pada kemajuan organisasi dan menjadi pilar yang mendukung dalam

mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>1</sup> Kegiatan atau praktik kehumasan adalah tindakan komunikasi yang dilakukan untuk mengelolah komunikasi antara perusahaan dan masyarakat.

Peristiwa yang menimbulkan citra negatif dalam instansi kepolisian salah satunya kasus yang terjadi di Jawa Timur pada tanggal 2 Desember 2021. Kasus ini dialami oleh salah satu anggota Polres Pasuruan yaitu Bripda Randy Bagus yang terjerat dalam kasus aborsi kekasihnya sendiri. Bripda Randy divonis 3,5 tahun penjara dan pemberhentian secara tidak hormat. Randy disebut telah melakukan tindakan tercela sebagai anggota Polri sebagaimana diatur “Pasal 7 Ayat 1 huruf b dan Pasal 11 huruf c Peraturan Kapolri Nomor 14 Tahun 2011”. Kasus ini menjadi sorotan para media sehingga masyarakat memiliki persepsi yang buruk terhadap kepolisian padahal yang melakukan pelanggaran hanya oknum. Kasus-kasus lain yang muncul di tahun 2022 seperti kasus “Sambo”, kasus Teddy Minahasa yang ditangkap terkait kasus narkoba dan kasus lainnya yang membuat citra POLRI menjadi negatif. Dari kasus tersebut maka Humas berupaya untuk meningkatkan citra instansi agar masyarakat tidak memiliki persepsi buruk terhadap seluruh polisi.

Beberapa contoh aktivitas kehumasan Polda DIY dalam upaya meningkatkan citra instansi diantaranya melalui produksi konten baik itu dalam bentuk naskah berita melalui website manapun konten-konten kreatif

---

<sup>1</sup> Yulianti Neni, 2019, ‘Dasar-Dasar Public Relations’, (Bandung: P2U-LPPM UNISBA) hal. 117-118

lainnya misalnya memanfaatkan media sosial, instagram. Humas Polda DIY juga memiliki program seperti *Polda Jogja News* dan Polcast (Polisi punya Podcast). Untuk *Polda Jogja News* banyak memberikan informasi terkait peristiwa yang terjadi di Yogyakarta, sedangkan Polcast sendiri banyak mengangkat konten tentang polisi – polisi yang berprestasi atau menginspirasi.

Strategi humas yang sering disebut sebagai bauran *Public Relation* Philip Kotler adalah strategi “pencils”. Bauran *Public Relations* “pencils” terdiri dari elemen – elemen seperti publikasi, acara, berita, keterlibatan dalam komunitas, informasi atau citra, pengaruh politik dan negosiasi serta tanggung jawab sosial. Konsep “pencils” ini adalah hasil kolaborasi antara dua ahli yaitu Philip Kotler dalam kerangka Mega Marketing dan Thomas L. Harris dalam Marketing Public Relations.<sup>2</sup>

Salah satu alat strategis dalam humas adalah *event*. Melalui penyelenggaraan acara, humas dapat mengkomunikasikan berbagai informasi mengenai perusahaan, lembaga, atau individu. Melalui kehadiran dalam acara, humas memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat sehingga memungkinkan mereka untuk meyakinkan publik terkait dengan pesan yang ingin disampaikan. Dengan menggunakan *event* sebagai sarana komunikasi diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan, meningkatkan kesadaran dan memenuhi preferensi publik

---

<sup>2</sup> Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, (Jakarta; PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 13-15

sehingga kedua belah pihak dapat menjalin hubungan yang saling menguntungkan. Dan pada akhirnya menciptakan citra positif dari masyarakat yang merupakan tujuan utama.<sup>3</sup>

Dalam skala besar *event* yang sudah dibuat oleh Humas Polda DIY yaitu “Sapa Kabid Humas” dimana Kabid Humas mengunjungi 5 Polres dan mengumpulkan para audiens untuk diberikan edukasi mengenai kehumasan Polri. Selanjutnya “Festival Musik Bhayangkara” untuk festival musik Bhayangkara tahun 2022 Yogyakarta menjadi tuan rumah (wawancara dengan Briptu Wiwiet Fajariyanti, selaku staf Humas Polda DIY). Untuk peserta festival ini merupakan para musisi – musisi jalanan yang sudah diseleksi secara ketat, kemudian dipilih 10 finalis. Grand final dari festival ini dilaksanakan di Benteng Vredenburg. Dan yang terakhir “Lomba mural” lomba ini dilaksanakan di Rumah Sakit Bhayangkara Yogyakarta. Dalam skala kecil event lain yang sudah pernah diselenggarakan oleh Humas Polda DIY meliputi pembinaan wartawan, pelatihan-pelatihan peningkatan kemampuan personil Humas Polda DIY, dan Silaturahmi ke media – media yang ada di Yogyakarta baik itu media cetak, elektronik dan online.

Pada tahun 2023 Polda DIY mengadakan *event* besar dan terbuka untuk masyarakat umum serta di selenggarakan di lingkungan Polda DIY dan menjadi yang pertama di Indonesia yaitu Polisi Mbudaya “Wiwitan Pasa 2023”. Wiwitan Pasa merupakan kegiatan mengawali ibadah puasa dengan

---

<sup>3</sup> Ruslan Rosady, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000)

kesucian lahir dan batin. Dalam *event* Wiwitan Pasa ini terdapat pasar kangen yang terdiri dari 100 tenant makanan jadul dan barang bekas, pameran lukisan hasil karya dari 60 seniman di Yogyakarta dan pertunjukan seni. Melalui *event* ini diharapkan Polda DIY semakin lebih dekat lagi kepada masyarakat, menghilangkan citra negatif institusi kepolisian yang kurang baik dimata masyarakat.

Pada tahun 2024, Polda DIY melanjutkan keberhasilan dari event Polisi Mbudaya “Wiwitan Pasa 2023” dengan mengadakan “*Wiwitan Pasa Part II 2024*”. Event ini penyempurnaan dari acara sebelumnya, dengan tambahan berbagai kegiatan dan fasilitas baru yang bertujuan untuk semakin mempererat hubungan antara kepolisian dan masyarakat. Dengan mengintegrasikan unsur-unsur budaya lokal dan program-program yang lebih interaktif. Polda DIY berharap dapat memperluas dampak positifnya, memperkuat citra positif institusi kepolisian, serta mengubah persepsi publik yang selama ini didominasi oleh isu-isu kriminal. “Wiwitan Pasa Part II 2024” diharapkan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk lebih dekat dengan institusi kepolisian.

Jika di kaitkan dengan kegiatan atau strategi kehumasan, pelaksanaan sebuah *event* merupakan aktivitas-aktivitas yang disusun secara khusus dalam program kehumasan. *Event* dapat menjadi kegiatan utama manajemen serta program kerja tahunan Humas. Kegiatan tersebut mengandung ciri-ciri antara lain; pertama, menciptakan citra positif instansi. Kedua, membina hubungan yang harmonis antara instansi dan masyarakat. Ketiga, menciptakan saluran

komunikasi dua arah antara masyarakat dan lembaga. Keempat, melayani keinginan masyarakat demi tercapainya tujuan bersama.

Melalui penelitian ini, pentingnya mengukur sejauh mana event *Wiwitan Pasa* berhasil dalam mengubah persepsi publik tentang institusi kepolisian, khususnya dalam mengatasi citra negatif yang ditimbulkan oleh sejumlah kasus yang melibatkan oknum polisi. Penilaian ini esensial untuk memastikan bahwa strategi kehumasan yang diterapkan efektif dalam memperbaiki citra dan mengurangi stigma negatif, serta memberikan dasar yang kuat untuk merencanakan dan meningkatkan program kehumasan di masa depan. Melalui evaluasi yang komprehensif, instansi kepolisian dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi yang ada, sehingga dapat membuat penyesuaian yang diperlukan untuk terus membangun kepercayaan dan hubungan yang harmonis dengan masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian Analisis Strategi Humas Polda DIY dalam Meningkatkan Citra Instansi Melalui Event Polisi Mbudaya “*Wiwitan Pasa Part II 2024*”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan konteks sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi humas Polda DIY dalam meningkatkan citra instansi melalui *event* Polisi Mbudaya “*Wiwitan Pasa Part II 2024*?”.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka ditetapkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Humas Polda DIY dalam meningkatkan citra instansi melalui *event* Polisi Mbudaya “Wiwitan Pasa Part II 2024”.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang akan didapatkan terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memajukan ilmu komunikasi khususnya di bidang strategi kehumasan instansi, serta dapat menjadi acuan dalam menggali permasalahan terkait strategi kehumasan dalam meningkatkan citra instansi melalui suatu acara.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis diantaranya ;

- a. Bagi peneliti, diharapkan peneliti dapat mengetahui strategi humas dalam meningkatkan citra positif dalam instansi atau organisasi.
- b. Bagi bidang humas Polda DIY, dapat memberikan pemahaman dan kesadaran pentingnya strategi dalam membangun citra instansi.

- c. Penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa ilmu komunikasi dalam memahami, mengenal, dan meningkatkan keterampilannya di bidang kehumasan.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah cara pandang seseorang mengenai sesuatu yang mempengaruhinya dalam berfikir. Pada dasarnya paradigma adalah serangkaian keyakinan seseorang dalam menentukan arah dan tujuan penelitian. Sehingga paradigma dapat juga disebut sebagai konstruksi seseorang terhadap sesuatu.<sup>4</sup>

Paradigma konstruktivisme lah yang diterapkan dalam penelitian ini. Paradigma konstruktivisme merupakan cara berpikir yang sangat menekankan observasi dan objektivitas ketika melihat realitas dari sudut pandang ilmiah. Menurut ontologi aliran ini, realitas merupakan kumpulan konstruksi mental yang dibentuk oleh pengalaman sosial, dikontekstualisasikan, dan unik pada setiap orang yang berpartisipasi dalam proses tersebut.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Norma K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln, *Handbook of Qualitative Research* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) hal. 123

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011)



Strategi kehumasan Polda DIY dalam meningkatkan reputasi lembaga melalui acara Wiwitan Pasa Part II 2024 ditetapkan peneliti dengan menggunakan paradigma konstruktivisme.

### **1.5.2 Metode Penelitian**

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Poerwandari mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian yang menghasilkan dan mengendalikan informasi naratif atau deskriptif, termasuk melalui metode seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>6</sup>

Dalam penelitian ini, digunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menguraikan dan menjelaskan fenomena, baik yang berhubungan dengan alam maupun buatan manusia, dengan penekanan pada karakteristik, kualitas, serta hubungan antara aktivitas tersebut. Penelitian deskriptif tidak melibatkan tindakan, manipulasi, atau perubahan pada variabel yang diteliti, tetapi lebih berfokus pada gambaran kondisi yang ada. Observasi, wawancara, dan dokumentasi merupakan satu-satunya tindakan yang dilakukan dalam metode ini.

Di sini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif karena penelitian ini dapat menjelaskan fenomena yang terjadi pada humas Polda DIY dalam meningkatkan citra positif melalui event Wiwitan Pasa.

---

<sup>6</sup> E. Ktisti Poerwandari. 1998. Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian. Jakarta: Lembaga Pengembangan dan Pengukuran Psikologi, Fak. Psikologi UI

### **1.5.3 Subjek Penelitian**

Subjek merupakan suatu bahasan yang sering dilihat pada suatu penelitian. Subjek penelitian merupakan keseluruhan objek dimana terdapat beberapa narasumber yang dapat memberikan informasi. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian sering juga disebut dengan istilah informan. Informan merupakan orang yang dipercaya sebagai sumber informasi yang akurat oleh peneliti.<sup>7</sup>

### **1.5.4 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus dari sebuah penelitian. Objek penelitian inilah yang akan dianalisis oleh peneliti berdasarkan teori-teori yang sesuai dengan objek penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah Bidang Humas Polda DIY, khususnya pada event Wiwitan Pasa Part II 2024.

## **1.6 Jenis Data**

### **1.6.1 Data Primer**

Data primer merupakan data yang berasal dari langsung peneliti yang dikumpulkan dari lokasi penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan melalui metode survey, wawancara, serta observasi yang diperoleh dari hasil strategi kehumasan dalam Meningkatkan Citra

---

<sup>7</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2011)

Instansi Melalui Event Polisi Mbudaya “Wiwitan Pasa 2024”

### **1.6.2 Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang berupa kumpulan dari pihak atau organisasi terkait lainnya untuk keperluan tertentu. Data sekunder yang diperoleh peneliti berupa artikel, jurnal, serta media publikasi lainnya.

## **1.7 Teknik Pengumpulan Data**

### **1.7.1 Observasi**

Observasi adalah tindakan sistematis dalam mengamati dan mencatat objek penelitian. Dalam proses observasi ini, terdapat dua elemen yang terlibat, yaitu pengamat dan objek yang sedang diamati. Metode observasi merupakan cara di mana peneliti mencatat informasi yang diperoleh selama proses penelitian.<sup>8</sup>

Peneliti menggunakan metode observasi dengan pengamatan terhadap strategi humas Polda DIY melalui event Wiwitan Pasa 2023 dalam meningkatkan citra instansi.

### **1.7.2 Wawancara**

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah penelitian dan juga untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari responden.

---

<sup>8</sup> Sukandarrumidi. 2006. Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Dalam teknik wawancara ini, peneliti melakukan dialog tatap muka dengan responden untuk mencari informasi.

Menurut Susan Stainback dalam Sugiyono mengemukakan dengan menggunakan wawancara, peneliti dapat mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana partisipan menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, suatu aspek yang tidak dapat ditemukan melalui pengamatan.<sup>9</sup>

Peneliti menggunakan teknik wawancara yang mendalam dengan AKBP Verena S.H., M.Hum sebagai Kepala Sub Bidang Penerangan Masyarakat dan Muhammad Fajar, S.I.P. sebagai Pemantauan dan Analisa Subbid Multimedia. Proses pengumpulan informasi untuk penelitian melalui tanya jawab secara langsung antara peneliti dan informan disebut dengan wawancara mendalam.

### **1.7.3 Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2013:82). Dokumentasi pada penelitian ini digunakan sebagai pendukung dari data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan sebelumnya.

Sebagai pendukung dari hasil wawancara dan observasi peneliti melakukan dokumentasi berdasarkan data lapangan yang

---

<sup>9</sup> Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta

didapat dari bidang humas Polda DIY dan laporan lainnya yang bersangkutan dengan penelitian.

## **1.8 Teknik Analisis Data**

Bogda & Biklen mengatakan teknik analisis data adalah suatu usaha yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, mengatur data, memilahnya menjadi bagian yang dapat dikelola, menyatukan informasi, mengidentifikasi, dan menemukan pola-pola, serta menentukan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain.<sup>10</sup>

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas pada analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif serta berlangsung secara terus menerus hingga tuntas, sehingga data tersebut sudah jenuh.<sup>11</sup>

### **1.8.1 Reduksi Data**

Reduksi data berarti menghasilkan rangkuman, mengidentifikasi elemen-elemen kunci, memprioritaskan informasi yang signifikan, dan mencari tema serta pola-pola penting. Dengan melakukan reduksi data, informasi yang dihasilkan akan menjadi lebih terfokus dan memberikan ilustrasi yang lebih jelas, yang pada

---

<sup>10</sup> Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

<sup>11</sup> Miles, M.B & Huberman A.M. 1984. Analisis Data Kualitatif. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta: Universitas Indonesia

gilirannya akan memudahkan peneliti dalam pengumpulan data berikutnya dan pencarian data jika diperlukan.<sup>12</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti merangkum hal – hal yang penting agar mempermudah peneliti untuk melakukan data selanjutnya serta mencarinya jika diperlukan.

### **1.8.2 Penyajian Data**

Pada penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, flowchart serta sejenisnya. Miles dan Huberman mengatakan yang seringkali digunakan untuk menyajikan data pada penelitian kualitatif adalah menggunakan teks yang bersifat naratif.<sup>13</sup>

### **1.8.3 Penarikan Kesimpulan**

Langkah terakhir pada teknik analisis data adalah verifikasi data. Proses verifikasi data diperlukan ketika kesimpulan awal yang disajikan masih bersifat sementara, dan kemungkinan adanya perubahan akan terjadi jika tidak ada bukti pendukung yang kuat selama tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang diajukan pada tahap awal diperkuat oleh bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan untuk mengumpulkan

---

<sup>12</sup> Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Hal.247

<sup>13</sup> Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Hal.249

data tambahan, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap sebagai kesimpulan yang kuat.<sup>14</sup>

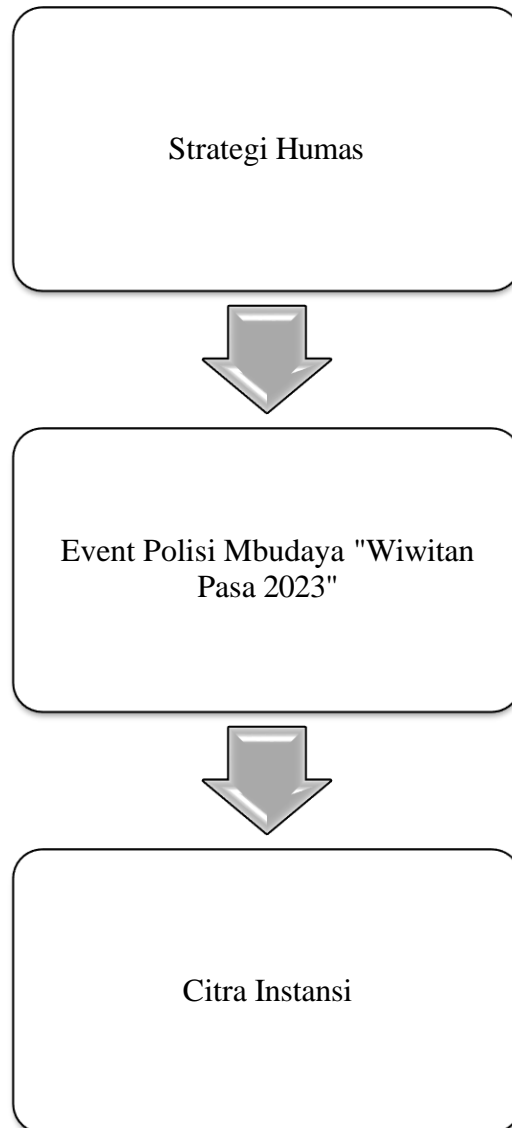
Reduksi data dan penyajian data digunakan dalam penelitian ini untuk mengolah data sebelum menarik kesimpulan. Agar kesimpulan yang diperoleh tidak menyimpang dari penelitian, maka kesimpulan tersebut kemudian divalidasi dengan melihat hasil reduksi dan penyajian data.

---

<sup>14</sup> Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Hal.252

## 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Operasional Konsep

### 1.9.1 Kerangka Konsep



Bagan 1. 1 Kerangka Konsep  
Sumber: Olahan Penulis



## 1.9.2 Definisi Konsep

### 1.9.2.1 Strategi Humas

Menurut Keith Butterick strategi dalam hakikatnya merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.<sup>15</sup> Strategi humas menurut Firsan Nova (2011:54) adalah sebagai berikut:

1. *Publications*, menyelenggarakan publikasi dan menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas yang pantas untuk diketahui oleh publik. Tugas humas adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pihak pers/wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi.
2. *Event*, merancang sebuah *event* yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri ke publik dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik. Berikut beberapa jenis event;
  - a. Calender event ; meliputi kegiatan rutin selalu diselenggarakan pada waktu tertentu, seperti menyambut hari raya Idul Fitri, hari Natal, Tahun Baru, hari Ulang Tahun dan sebagainya.

---

<sup>15</sup> Keith Butterick. 2012. Pengantar Public Relations Teori dan Praktik. Jakarta: Rajawali Pers

- b. *Special events* ; event yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen tertentu di luar acara rutin dari program kerja humas, seperti launching product; grand opening kantor, pabrik, jalan, gedung dan sebagainya.
  - c. *Moment event* ; event yang bersifat lebih khusus lagi, misalnya menyambut pesta perak; pesta emas; pesta berlian; hingga menghadapi millenium.
3. *News* ; informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung.
  4. *Community Involvement* ; mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu untuk menjaga hubungan baik dengan pihak yang terkait.
  5. *Inform or image* ; memberikan informasi kepada publik untuk menarik perhatian sehingga dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif.
  6. *Lobbying and Negotiation* ; merupakan sebuah rencana yang dibuat oleh humas dalam penyusunan anggaran yang diperlukan untuk jangka panjang maupun jangka pendek. Dengan perencanaan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik dan dapat meminimalisir kegagalan.

7. *Sosial Responsibility* ; menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Saat ini banyak perusahaan menjadikan kegiatan sosial sebagai aktivitas yang harus dilakukan. Bentuk dari social responsibility sangat beragam seperti peduli banjir, memberikan beasiswa, santunan anak yatim, pengobatan gratis dan masih banyak kegiatan lainnya.<sup>16</sup>

### **1.9.2.3 Event**

Event diartikan sebagai kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati peristiwa-peristiwa penting dalam kehidupan manusia, baik secara perorangan maupun kelompok, yang berkaitan dengan adat istiadat, budaya, tradisi, dan agama, yang diselenggarakan dengan tujuan tertentu dan melibatkan lingkungan masyarakat, yang diselenggarakan pada waktu tertentu.<sup>17</sup>

Event merupakan aktivitas yang dirancang secara khusus dalam program kehumasan. Sesungguhnya event termasuk dalam kegiatan utama manajemen serta program kerja tahunan

---

<sup>16</sup> Firsan Nova. 2009. *Crisis Public Relations: Bagaimana strategi PR menghadapi krisis, membangun citra dan reputasi perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

<sup>17</sup> Hartono, N. A., Susanne Dida, & Hanny Hafiar. Pelaksanaan Kegiatan Special Event Jakarta Goes Pink Oleh Lovepink Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, vol. X No. 02, September 2016: 161-172

humas. Kegiatan tersebut memiliki ciri-ciri, antara lain: menciptakan citra positif, kepercayaan publik, membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, membangun proses komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik dan melayani keinginan publik demi terwujudnya tujuan bersama. Dalam *event* tersebut humas dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat sehingga dapat meyakinkan masyarakat berkaitan dengan informasi yang disampaikan.

#### **1.9.2.4 Polisi Mbudaya**

Konsep “Polisi Mbudaya” menggambarkan pendekatan inovatif dari kepolisian untuk lebih dekat dengan masyarakat melalui penguatan dan pengapresiasian budaya lokal. Pendekatan ini bertujuan untuk memperbaiki citra kepolisian dengan melibatkan elemen budaya sebagai sarana komunikasi dan interaksi. Dalam praktiknya, konsep ini terlihat jelas dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh Polda DIY, seperti event *Wiwitan Pasa*. *Wiwitan Pasa* adalah sebuah acara budaya yang secara khusus dirancang untuk menyuguhkan berbagai aspek kebudayaan Jawa, menjadikannya sebagai platform untuk merayakan dan melestarikan tradisi lokal.

Acara ini menampilkan **festival jajanan tradisional**, yang menghadirkan berbagai makanan khas daerah,

memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menikmati dan menghargai kuliner tradisional yang sering kali terlupakan dalam kehidupan modern. **Seni wayang kulit** menjadi salah satu elemen utama dari event ini, dengan pertunjukan yang mengangkat cerita-cerita mitologis dan sejarah Jawa, memberikan pengalaman budaya yang mendalam bagi pengunjung. Selain itu, **tarian daerah** dari berbagai penjuru Yogyakarta dipertunjukkan untuk menggambarkan keragaman dan keindahan seni tari tradisional, menambah warna dan keunikan acara.

Event ini juga mencakup **pameran lukisan** yang melibatkan seniman lokal, menawarkan platform untuk menampilkan karya-karya seni rupa yang menyoroti estetika dan kreativitas lokal. Semua kegiatan ini dilaksanakan dalam format yang terbuka untuk masyarakat umum, menciptakan kesempatan bagi publik untuk berinteraksi secara langsung dengan kepolisian dalam suasana yang ramah dan tidak formal. Dengan mengintegrasikan unsur-unsur budaya ini, Polda DIY tidak hanya memperkenalkan berbagai aspek budaya kepada masyarakat, tetapi juga menunjukkan komitmennya terhadap pelestarian tradisi dan pengembangan hubungan positif dengan publik.

### 1.9.2.5 Citra Instansi

Citra merupakan salah satu aset penting bagi instansi yang harus dibangun dan dipertahankan. Citra yang baik merupakan salah satu alat yang penting, bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau jasa, melainkan untuk memperbaiki sikap kepuasan khalayak terhadap instansi. Citra senantiasa berhubungan dengan publik atau khalayak luas. Kesan dan pengetahuan mereka mengenai organisasi akan membentuk citra instansi tersebut. Citra adalah cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.<sup>18</sup>

Citra positif merupakan tujuan semua perusahaan atau organisasi, demikian juga pada organisasi pemerintahan. Organisasi pemerintahan sangat memerlukan citra positif agar dapat diterima oleh masyarakat. Oleh sebab itu, organisasi pemerintahan harus berusaha untuk membentuk citra pemerintahannya.

### 1.9.3 Operasional Konsep

**Tabel 1. 1**  
**Operasional Konsep**

	<b>Strategi</b>	<b>Tindakan</b>
Publications	Menyelenggarakan publikasi dan menyebarluaskan	▪ Membuat dan mendistribusikan konferensi pers ke

<sup>18</sup> Soleh Soemirat dan Ardianto, Elvinaro. 2007. Dasar-Dasar Public Relations Cetakan Kelima. Bandung: PT. Remaja RosdaKarya

	informasi tentang "Wiwitan Pasa Part II 2024" melalui berbagai media.	<p>media lokal dan nasional sebelum, selama, dan setelah event.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menulis artikel dan konten blog tentang acara ini untuk dipublikasikan di situs web Polda DIY dan platform media lainnya.</li> <li>▪ Bekerja sama dengan wartawan untuk mendapatkan liputan yang positif.</li> <li>▪ Menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, Twitter) untuk membagikan update, teaser, dan konten menarik terkait acara.</li> </ul>
News	Mengkomunikasikan informasi mengenai "Wiwitan Pasa Part II 2024" kepada khalayak.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengirimkan buletin elektronik dan cetak yang berisi informasi tentang event kepada masyarakat.</li> <li>▪ Menyediakan update langsung selama acara berlangsung melalui live streaming di platform media sosial.</li> <li>▪ Mendistribusikan video highlight dan foto-foto acara ke media dan publik melalui situs web resmi dan media</li> </ul>

		sosial.
Community Involvement	Mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat untuk menjaga hubungan baik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengundang komunitas lokal, organisasi masyarakat, dan pemimpin komunitas untuk berpartisipasi dalam event.</li> </ul>
Inform or image	Memberikan informasi kepada publik untuk menarik perhatian dan memperoleh citra positif.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menggunakan media visual seperti video dan infografis untuk menjelaskan tujuan dan manfaat event ini.</li> <li>▪ Menyediakan testimonial dari peserta dan masyarakat yang telah datang ke event.</li> </ul>

Sumber: Olahan Penulis