

MEDIA RELATIONS DAN HUMAS POLDA MALUKU UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN KEBIASAAN BARU (*New Normal*) PANDEMI COVID -19 DI KOTA TERNATE

Wahyuni Bailussy¹ Lisda Ariani Simabur,²
bailussyuni@gmail.com, lisda.simabur@ecampus.ut.ac.id

ABSTRAK

Tingkat kepercayaan masyarakat menurun sebab informasi yang awal di terima selalu beragam baik positif maupun negatif, sehingga terjadi misinformasi antara pemerintah dan Masyarakat melalui media. Dalam hal ini untuk menjadikan fungsi media dengan pihak pemerintah Maluku Utara dalam menjalankan situasi *New Normal* atau kebiasaan baru, tentunya membutuhkan strategi media relations yang baik sehingga mengembalikan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah melalui media. Untuk dapat mewujudkan persamaan persepsi melalui pemberitaan di media massa antar masyarakat dengan pemerintah tentunya membutuhkan strategi Komunikasi melalui Media Relations. yang menjadi fokus penulisan ini adalah “Bagaimana Strategi *Media Relations* Humas Polda Maluku Dalam Menghadapi Kebiasaan Baru (*New Normal*) pada Pandemi Covid -19 di Kota Ternate”

Melalui pengamatan lapangan mengenai kegiatan strategis yang dilakukan humas polda Maluku Utara dalam memberikan informasi dan menjalin kerjasama dengan media dalam menghadapi kebiasaan baru di Kota Ternate. Penulis menemukan beberapa hal penting yang dilakukan Humas Polda Maluku dalam memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat Kota Ternate dalam menghadapi kebiasaan baru pada masa Covid -19.

Humas Polda Maluku selalu memberikan informasi yang menjadi kebutuhan publik dan tentunya yang berhubungan dengan Covid-19 dan memasok naskah informasi yang baik. Naskah informasi dapat dibuat dalam bentuk artikel yang berupa opini atau pendapat tentang suatu permasalahan. Selalu berbagi kontak dan melalui pendekatan personal selalu dilakukan sebagai upaya agar selalu terjalin hubungan yang harmonis antar media dengan pihak Polda melalui Humas.

Kata Kunci: Humas Polda Maluku dan *New Normal*

PENDAHULUAN

¹ Dosen Universitas Muhammadiyah Maluku Utara

² Dosen Universitas Terbuka

Fenomena mewabahnya covid -19 mulai bermunculan di indonesia awal 2020, diakhir tahun 2019 dunia dikejutkan dengan ditemukannya virus baru dan mengancam ratusan nyawa di cina pada awal 2020 virus ini dan oleh WHO diberi nama *Coronavirus disease* selanjutnya ditetapkan sebagai (covid-19) adalah pandemi global. Wuhan cina merupakan negara pertama yang terdampak virus membahayakan bahkan mematiakan, sehingga menggeparkan dunia. Informasi cepat menyebar keseluruh penjuru dunia termasuk indonesia, melalui media masa bahkan media non-masa.

Fenomena meluasnya informasi tentang covid -19 melalui media massa dan media non-masa sangat berfariasi bahkan ada yang faktual ada juga yang mengada-ngada, dominasi informasi lebih pada informasi hoax yang menguasai media sosila, bahkan informasi obat Corona yang macam-macam bermunculan di media sosial, selain itu informasi tentang 3 hari di rumah saja tidak ada aktifitas pasar-pasar di tutup dan seluruh aktifitas, 4 orang positif corona di Kota Ternate Maluku Utara dan celaknya lagi informasi hoax ini disiarkan oleh salah satu media masa elektronik, pada akhirnya informasi ini menjadi simpang siur dan membuat kontroversi yang tak berujung, dan masih banyak informasi yang membuat masyarakat Maluku Utara serba dalam ketidak pastian sebab informasi mengenai covid -19 masih menjadi informasi utama yang ditunggu-tunggu.

Berdasarkan Tiga temuan kunci dari “Kompas Gramedia Media Research” dalam mengidentifikasi situasi saat pandemi Covid-19. Hasil riset menunjukan, pertama, Indonesia acuh sebelum ada kasus positif Covid-19 di dalam negeri, atau tepatnya pasca 2 Maret 2020, semuanya berubah. Kedua, reaksi dan respon masyarakat terpecah karena kebingungan terbanjiri informasi, dimana media sosial memperparah situasi. Ketiga, Ibu memiliki peran yang penting menjaga keluarga yang tangguh, untuk melakukan kebiasaan yang dianjurkan pemerintah untuk tetap di rumah dan selalu mengikuti protab. Sosok ibu memiliki peranan yang sangat penting.

Masyarakat saat ini bingung antara informasi dan misinformasi. Sebesar 80% masyarakat mendapatkan informasi menggunakan media sosial, dan 51% mendapatkan informasi menggunakan aplikasi chat. 72% percaya konten berita yang diproduksi media kredibel. Saat ini setiap orang yang mendapatkan informasi ataupun misinformasi, mereka mengkonfirmasi ke media mainstream. Masyarakat belajar bahwa untuk sumber informasi yang dapat dipercaya mereka mengandalkan media mainstream.

Situasa masyarakat seperti ini bukan hanya terjadi pada situasi PSBB tetapi pada masa adaptasi kebiasaan baru saat ini justru meningkat. Dalam konteks ini bahwa tingkat kepercayaan masyarakat menurun sebab informasi yang awal di terima selalu beragam baik positif maupun negatif, sehingga terjadi misinformasi antara pemerintah dan Masyarakat melalui media. Dalam hal ini untuk menjadikan fungsi media dengan pihak pemerintah Maluku Utara dalam menjalankan situasi *New Normal* atau kebiasaan baru, tentunya membutuhkan strategi media relations yang baik sehingga mengembalikan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah melalui media. Untuk dapat mewujudkan persamaan persepsi melalui pemberitaan di media massa antar masyarakat dengan pemerintah tentunya membutuhkan strategi Komunikasi melalui Media Relations.

Pemerintah sudah melakukan berbagai macam upaya salah satunya membentuk tim Gugus Tugas untuk penanganan Covid -19, melakukan sosialisasi kepada masyarakat melalui media dan melakukan pendekatan kepada masyarakat untuk tetap mengikuti protab Kesehatan dan lainnya, bisa dikatakan kondisi yang mengambang sudah dapat diatasi secara teknis oleh pemerintah. Begitu juga dengan tenaga medis yang terus melakukan fungsinya dengan baik, tapi kenapa tingkat kepercayaan masyarakat sangat minim terhadap pemerintah maupun tim Gugus? Beberapa fakta postingan masyarakat di media sosial dan pengakuan beberapa masyarakat menjadi rujukan. Persoalan ini tidak hanya timbul begitu saja tetapi justru berdasarkan apa yang dirasakan dan apa yang terlihat serta pengalaman pribadi.

Informasi tersebar luas melalui aplikasi Whatshap, facebook, dan media sosial mengenai Covid 19 di Maluku Utara dan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya tanpa ada kontrol dari pemerintah, untuk memberikan jawaban tentang kesimpangsiuran yang terjadi di masyarakat.

Untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah banyak hal yang dapat dilakukan seperti pembentukan opini publik yang positif, melakukan tinjauan langsung ke lapangan, melakukan pendekatan interpersonal secara Online dan memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat atau publik, dengan melakukan hal-hal di atas maka akan terjadi pembentukan opini yang positif dan menimbulkan kesan yang baik bagi masyarakat kepada Pemerintah. Kalau sudah ada sikap percaya dari masyarakat maka segala upaya yang dilakukan dalam penanganan covid -19 dapat berjalan secara sistematis dan terstruktur. Tentunya akan menghasilkan apa yang diharapkan kedepannya terwujud.

Polda Maluku Utara sebagai salah satu lembaga kepolisian mewakili pemerintah sangat berperan aktif dalam memberikan edukasi dan informasi yang penting terkait dengan

melakukan hal-hal apa saja dalam menghadapi pandemi Covid -19 hingga, yang dilakukan secara tatap muka maupun bermedia. Eksistensi Humas Polda Maluku Utara sangat terlihat jelas di media-media baik media massa maupun media Non massa, yang ada di Maluku Utara. Dalam hasil pengamatan Penulis banyak hal-hal edukasi yang dilakukan Humas Polda Malut seperti membuat video protab pemerintah, pembagian masker gratis, berkerjasama dengan pihak lain untuk membuat video ajakan melakukan hal-hal yang berkaitan dengan protab dalam menghadapi pandemi covid -19 ini. Mengenai eksistensi pada pandemi covid sudah sangat jelas, dalam menghadapi kebiasaan baru pada masa pandemi covid -19 ini aktifitas apa yang dilakukan oleh Humas Polda Maluku Utara. Berdasarkan latar belakang di atas, maka Rumusan Masalah yang menjadi fokus penulisan ini adalah “Bagaimana Strategi *Media Relations* Humas Polda Malut Dalam Menghadapi Kebiasaan Baru (*New Normal*) pada Pandemi Covid -19 di Kota Ternate”

TINJAUAN PUSTAKA

Media Relations

Berbicara *Media Relations*, tentunya ada lembaga yang memiliki kapasitas untuk melakukan upaya membangun hubungan dan memberikan kepercayaan kepada public terhadap apa yang dilakukan dan apa yang dikampanyekan. Seperti halnya kampanye Humas Polda dalam menghadapi situasi Maluku Utara menyesuaikan kebiasaan baru yang merupakan sinergi dari pemerintah pusat dalam rang pencegahan penyebaran Covid -19. *Media* merupakan salah satu alat yang sangat efektif untuk membantu pekerjaan PR. *Media Relations* sebagai strategi dari pekerjaan PR harus terlebih dahulu dipahami kedudukan media dan *Media Relations*. Keputusan memilih *Media Relations* sebagai langkah strategis untuk mengkampanyekan produk, isu sosial, Kesehatan maupun politik.

Oleh karenanya, humas haruslah berhubungan baik dengan media agar terjadi hubungan yang saling menguntungkan diantara keduanya. Humas membutuhkan media sebagai perpanjangan informasi lembaga yang sifatnya Positif.

Hubungan media dengan lembaga menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam membentuk opini publik yang positif. Berdasarkan kebutuhannya maka *Media Relations* merupakan salah satu kegiatan praktisi Public Relations yang menjalin hubungan keluar (public relations eksternal), khususnya menjalin hubungan baik dengan

media atau pers. Mengacu pada beberapa pendapat dalam pengertian media relations diantaranya.

Media relations merupakan bagian dari public relations external yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. (Iriantara, 2005: 31)

Philip Lesly menjelaskan bahwa media relations merupakan hubungan dengan pers yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Penjelasan Lesly lebih menekankan bahwa media relations lebih menitik beratkan pada publisitas. (Damastuti, 2012: 42)

Suatu kegiatan khusus dari pihak *Public Relations* untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk, hingga kegiatan yang bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan media massa. Sebagai seorang *Public Relations* dalam menjalankan metode, strategi kerja, Media dijadikan alat atau sarana penyambung informasi dari setiap ide gagasan atau kegiatan *Public Relations* agar mudah untuk diterima public secara cepat dan luas. Oleh karena itu organisasi, perusahaan, atau lembaga apapun memiliki hubungan yang bervariasi dengan media. Sudah barang tentu hubungan yang dibangun untuk mencapai fungsi Public Relations.³

1.1. Fungsi dan Tujuan Media Relations

Fungsi *Media Relations* Jhonson menegaskan bahwa media memiliki peran dan fungsi yang sangat penting bagi perusahaan. Seperti pada penjelasannya;

- Pertama** : fungsi *media relations* dapat meningkatkan citra perusahaan.
- Kedua** : Meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- Ketiga** : Meningkatkan point of selling dari produk dan jasa.
- Keempat** : Membantu perusahaan keluar dari komunikasi krisis.
- Kelima** : Meningkatkan relasi dari berbagai publik, seperti terhadap lembaga pemerintah, perusahaan-perusahaan, organisasi kemasyarakatan, maupun individu. (Saputara, 2011: 134). Jhon Vivian memberikan perhatian khusus

³ *Strategi Public Relations Dalam Membangun Hubungan Dengan Media* Evi Hafizah (61-65)

pada posisi media relations bahwa *public relations* memiliki tanggung jawab fungsional (Saputara, 2011: 134) :

- a). **Relasi Eksternal:** Komunikasi yang dijalani dengan kelompok orang-orang diluar perusahaan, konsumen, dealer, supplier, tokoh masyarakat, orang-orang pemerintahan.
- b). **Relasi Internal:** Komunikasi yang dikembangkan untuk menjaga hubungan optimal antara karyawan, manajer, serikat pekerja, pemegang saham, dan kelompok lainnya.
- c). **Relasi Media:** Komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan media massa.

Menurut Nurdin Bahwa Tujuan *Media Relations* itu, adalah Apa yang menjadi tujuan humas juga menjadi tujuan hubungan media. Tujuan hubungan media tidak sekedar memberikan informasi semata, tetapi menciptakan citra positif bagi sebuah lembaga yang bersangkutan. Semakin baik hubungan media yang kita lakukan, semakin baik pula citra lembaga atau perusahaan kita. Begitu pula sebaliknya (Nurdin, 2008: 13) berbeda dengan Wardhani yang memberikan rumusan tentang tujuan media relations secara terperinci bagi organisasi (Wardhani, 2008: 12) yaitu:

- a. Untuk memperoleh publikasi seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga atau organisasi yang baik untuk diketahui umum.
- b. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media (liputan, laporan, ulasan, tajuk, wajar, objektif dan seimbang) mengenai hal-hal yang menguntungkan lembaga dan organisasi.
- c. Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan lembaga atau organisasi.

Hubungan yang terjalin antara humas dan media tidak selamanya berjalan mulus, ini disebabkan karena ada perbedaan orientasi maupun tujuan yang akan dicapai oleh masing-masing organisasi. Maka seringkali terjadi pertentangan antara yang diharapkan oleh humas dan apa yang diberikan oleh media. Disatu sisi humas menginginkan citra positif melalui pemberitaan media dan sisi yang lain media menginginkan sesuatu yang sensasional untuk kepentingannya.

Perbedaan media dan Humas dalam buku Rosady Ruslan menunjukkan perbedaan fungsi seperti pada bagan berikut ini;



Sumber: Rosady Ruslan, 2008, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*

Pertentangan antara humas dan media dapat diatasi seandainya hubungan tersebut dilandaskan pada prinsip-prinsip keterbukaan, saling menghargai peran satu sama lain dan saling mendukung. Semua pihak akan berfungsi dan bertindak sesuai dan terikat dengan kode etik profesinya masing-masing. Upaya tertentu merupakan pembinaan hubungan dengan media yang harmonis pada dasarnya dapat dilakukan melalui hal-hal berikut (Ruslan, 2007:175).

Sikap saling menghargai kedua belah pihak (*Mutual appreciation*)

1. Saling pengertian tentang peran, fungsi, kewajiban dan tugas sesuai dengan etika profesi masing-masing (*mutual understanding*)
2. Saling percaya akan peran untuk kepentingan bersama dan tidak untuk kepentingan sepihak (*Mutual confidence*)
3. Sikap saling toleransi antara kedua belah pihak (*tolerance*)

METODE PENULISAN

Penulisan ini menggunakan metode Observasi dan analisis pustaka, tentunya penulis mengamati tentang apa yang mejadi strategi Hukmas Polda Malut dalam mengkampanyekan penyesuaian kebiasaan baru dimasa pandemi Covid -19

PEMBAHASAN

Strategi lembaga yang dilakukan melalui *Media relations* tentunya membutuhkan keahlian dan kreatifitas. Seperti stratgei yang dilakukan Humas Polda Maluku Utara melalui kegiatan membangun hubungan dengan media, Humas Polda Maluku Utara melakukan strategi yang berkaitan dengan membangun hubungan dengan media diantaranya:

1.1. By serving the media (pelayanan kepada media) Strategi dengan membeikan pelayanan kepada media. Seorang public relations dituntut untuk selalu siap memberikan pelayanan kepada media sesuai yang dibutuhkan oleh media massa tersebut. Pelayanan kepada media massa ini dapat berupa menyiapkan jawaban-jawaban serta memberikan jawaban maupun informasi yang dibutuhkan oleh media massa pada saat-saat tertentu yang berhubungan dengan informasi. Humas Polda Malut dalam melakukan fungsinya sebagai Pengayom masyarakat pada masa Pandemi Covid -19, sering meberikan pelayanan informasi yang berkaiatan dengan informasi penanganan covid yang dibuat khususnya oleh Polda Malut. Pada setiap program yang dilakukan oleh Polda Maluku Utara, selalu melibatkan media sebagai fungsi informasi. Selain itu juga Polda Malut juga melakukan, beberapa hal seperti meberikan informasi kegiatannya melalui media sosial, Facebook, iG dan Youtube dengan tujuan untuk dapat diketahui dan mendapatkan kepercayaan masyarakat, sehingga apa yang dianjurkan oleh pihak pemerintah mapun Polda tetap menjadi hal yang penting bagi masyarakat. Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada Humas Polda maka Polda Malut melakukan program-program diantaranya:

- 1.2. By establishing a reputations for reliability (menegakkan reputasi n agar tetap di percaya)** Strategi yang dilakukan oleh public relations/Humas, sebagai upaya untuk menegakkan reputasi lembaga Polda supaya tetap dapat dipercaya. Untuk membangun masyarakat. Humas Polda Malut selalu memebrikan informasi yang menjadi kebutuhan public dan tetntunya yang berhubungan dengan Covid-19,
- 1.3. By supplying good copy (memasok naskah informasi yang baik)** Strategi dengan memasok naskah informasi yang baik. Naskah informasi dapat dibuat dalam bentuk artikel yang berupa opini atau pendapat tentang suatu permasalahan. Naskah informasi yang baik bisa diberikan berdasarkan data-data yang sebenarnya dan selalu menyediakan
- 1.4. By cooperations in providing material (kerjasama dalam menyediakan bahan informasi)** Strategi yang dilakukan dengan kejasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi. Yang menjadi penekanan strategi ini adalah penghargaan yang tinggi dari seorang public relations kepada media massa, termasuk pekerja media. Maksudnya seorang public relations dituntut untuk menghargai media massa serta pekerja media dengan menyediakan waktu yang tepat dan meghargai kedatangan mereka. Humas Polda Malut mengajak dan meberikan fasilitas kepada media / pers untuk mengawal dan melakukan kampanye Covid secara bersama dengan pers.
- 1.5. By providing verification facilities (menyediakan fasilitas)** Strategi memikirkan fasilitas yang harus disediakan bagi pekerja-pekerja media. Tujuannya adalah agar pekerja media massa merasa nyaman dalam bekerja, yaitu ketika mereka melakukan liputan terhadap perusahaan tempat public relations itu berada. Cara yang dilakukan untuk menerapkan strategi ini adalah dengan memberikan fasilitas kepada pekerja media dan wartawan apabila mereka membutuhkan ruangan untuk melakukan liputan di organisasi atau perusahaan tersebut.
- 1.6. By building personal relationship with the media (membangun hubungan secara personal dengan media)** Strategi ini merupakan strategi yang dilakukan dengan membangun hubungan secara personal antara public relations dengan media massa (baik itu orang-orang yang ada di institusi media maupun dengan wartawan dan pekerja media lainnya).⁴ berbagi kontak dan melalui pendekatan personal selalui dilakukan sebagai upaya agar selalu terjalin hubungan yang harmonis antar medi dengan pihak Polda melalui Humas.

⁴ *Strategi Public Relations Dalam Membangun Hubungan Dengan Media* Evi Hafizah (61-65)

KESIMPULAN

Humas Polda Maluku Utara melalui kegiatan membangun hubungan dengan media.

1. Menyiapkan jawaban-jawaban serta memberikan jawaban maupun informasi yang dibutuhkan oleh media massa pada saat-saat tertentu yang berhubungan dengan informasi. Humas Polda Malut selalu memberikan informasi yang menjadi kebutuhan public dan tentunya yang berhubungan dengan Covid-19 dan memasok naskah informasi yang baik. Naskah informasi dapat dibuat dalam bentuk artikel yang berupa opini atau pendapat tentang suatu permasalahan. Naskah informasi yang baik bisa diberikan berdasarkan data-data yang sebenarnya dan selalu menyediakan
2. Humas Polda Malut mengajak dan memberikan fasilitas kepada media / pers untuk mengawal dan melakukan kampanye Covid secara bersama dengan pers, dan selalu berbagi kontak dan melalui pendekatan personal selalu dilakukan sebagai upaya agar selalu terjalin hubungan yang harmonis antar media dengan pihak Polda melalui Humas.

DAFTAR PUSTAKA

Diah Wardani, Media Relations Dalam Membangun Reputasi Organisasi, 2008 (Yogyakarta: Graha Ilmu,

Ruslan, Rosady. 2005. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasinya. Rajawali Pers. Jakarta.

Rhenald Kasali, Manajemen Public Relation, 1994 (Jakarta : Pustaka Utama Grafiti)

Soemirat, Soleh&Ardianto, Elvinaro. 2004. Dasar-dasar Public Relations. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Yosal Iriantara, Media Relations: 2005 Konsep, Pendekatan Dan Praktik, (Bandung, Sembiosa Rekatama Media,),

Suber lain

<https://free.facebook.com/home.php> Humas Polda Maluku Utara