

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Citra Polisi dalam beberapa tahun terakhir mengalami penurunan, ini diakibatkan karena sejumlah kasus kekerasan yang dilakukan oleh oknum Pihak Kepolisian. Masyarakat menganggap kebanyakan dari tindakan polisi tersebut tidaklah pantas dilakukan oleh seorang polisi yang pada dasarnya memiliki tugas sebagai pelindung dan pengayom masyarakat. Kepolisian Republik Indonesia memiliki krisis kepercayaan dari masyarakat, sehingga citra polisi di masyarakat mengalami penurunan.

Banyaknya kasus yang tidak seharusnya dilakukan oleh oknum polisi, mulai dari penyalahgunaan narkoba, kekerasan hingga pungutan liar menjadi penyebab turunnya citra positif Kepolisian di mata masyarakat. Penurunan citra polisi bukan hanya disebabkan oleh faktor internal, tetapi juga faktor-faktor sosiologis yang lebih luas termasuk ketimpangan pertumbuhan kota, kondisi sosial, ekonomi dan budaya pemangku kepentingan.

Survei Populi Center merekam penurunan tingkat kepercayaan publik terhadap Kepolisian Republik Indonesia (Polri). Penurunan tingkat kepercayaan terjadi sejak bulan September 2021. Tingkat kepercayaan publik terhadap Polri mencapai 76,8 persen bulan September 2021, kemudian angka itu menurun setiap bulan menjadi 76,2 persen di bulan Oktober 2021, 75,1 persen di bulan November 2021. (Berdasarkan data pra penelitian yang diakses pada tanggal 16 Juni 2022 pada situs CNNIndonesia.com).

Lembaga kepolisian mendapat citra kurang baik dari masyarakat karena adanya penyimpangan dari beberapa oknum, ini bisa dilihat dari data tabel

sebagai berikut:

Tabel 1: Kasus Kekerasan yang di lakukan Polisi Tahun 2020 – 2021

| NO | Tingkat | Jumlah Kekerasan |
|----|---------|------------------|
| 1 | Polres | 399 Kasus |
| 2 | Polda | 135 Kasus |
| 3 | Polsek | 117 Kasus |

Sumber : Komisi untuk Orang Hilang dan Tindak Kekerasan (KontraS), 2021

Kapolri Jenderal Listyo Sigit Prabowo menyebut terdapat tantangan baginya untuk mengubah citra polisi, berbagai upaya sudah dilakukan kepolisian untuk memperbaiki citranya salah satunya diduga kuat dengan cara membangun dan memperkuat *media relations*.

Data Penelitian Populi Center menemukan kepuasan dan kepercayaan publik terhadap Polri justru meningkat. Kepuasan naik dari 74,6 persen di bulan November 2021 menjadi 75 persen di bulan Desember 2021. Peningkatan kepuasan publik terhadap Polri dipengaruhi langkah cepat dan evaluasi Kapolri Jenderal Listyo Sigit Prabowo menangani peristiwa yang bisa mendiskreditkan institusinya beberapa waktu terakhir. Kepercayaan publik terhadap kinerja Jenderal Listyo Sigit ini tinggi karena dianggap mampu menyelesaikan beberapa kasus dibawah kepemimpinan dan ada *statement* menarik akan menindak tegas bagi anggotanya yang melakukan pelanggaran tanpa kompromi. (Berdasarkan data pra penelitian yang diakses pada tanggal 16 Juni 2022 pada situs CNNIndonesia.com).

Lembaga Survei Indikator Politik Indonesia menyampaikan, kepercayaan publik terhadap Kepolisian Republik Indonesia (Polri) mengalami peningkatan menjadi 80,2%. Angka ini merupakan yang tertinggi sejak 8 tahun terakhir. Survei digelar pada periode 2-6 November 2021 melibatkan 2.020 responden berusia diatas 17 tahun dengan rincian sampel basis 1.220 orang dan oversample 800 responden. Metode survei menggunakan metode *simple random sampling*. (Berdasarkan data pra penelitian yang diakses pada tanggal 16 Juni 2022 pada situs DetikNews.com).

Pihak kepolisian melakukan beberapa upaya memperkuat dan memperbaiki hubungan dengan media atau yang disebut *media relations* karena *media relations* merupakan jembatan bagi pihak kepolisian untuk menyampaikan informasi-informasi apa saja yang sudah dilakukan terkait

kinerja kepolisian sehingga dapat membuat opini baik masyarakat terhadap pihak Kepolisian.

Media relations sebagai bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. Membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa itu paling tidak berarti memenuhi dan menanggapi kebutuhan dan kepentingan media massa terhadap organisasi tersebut. Karena watak komunikasi dalam PR adalah dua arah, maka praktik *media relations* pun bukan hanya mengkomunikasikan keluar organisasi melainkan juga menjadi komunikasi yang baik dari apa yang dikomunikasikan dari luar organisasi, dalam melakukan kegiatan atau aktivitas *media relations*, PR atau Humas sebuah Organisasi atau Institusi melakukannya dengan tiga cara, yaitu: Mengelola relasi dengan media, Mengembangkan strategi kebijakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, Mengembangkan jaringan dengan media (Iriantara, 2008: 32).

Media relations merupakan relasi antara individu atau organisasi/lembaga dengan media. Lembaga menggunakan media massa sebagai medium untuk menjaga dan membangun citra hingga reputasi lembaga dimata publiknya. Hubungan suatu perusahaan/lembaga pemerintahan dengan media dapat dijalin melalui seorang *Public Relations* atau Humas yang menjadi jembatan untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan/lembaga pemerintahan dengan publiknya guna terciptanya pengertian, kepercayaan, dan

kerjasama diantara keduanya.

Kegiatan *media relations* merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi suatu lembaga, karena media akan membantu menyebarkan informasi mengenai kegiatan, kebijakan atau hal-hal penting yang dibuat oleh lembaga. Kebijakan dan program yang dibuat oleh lembaga tidak akan menyebar secara luas kepada masyarakat tanpa adanya bantuan dari media.

Perkembangan teknologi di era globalisasi ini membuat media massa sangat cepat menyebarkan informasi secara luas dalam waktu yang singkat. Media massa juga dapat membentuk opini masyarakat luas yang akan memberikan dampak baik itu negatif maupun positif karena publik dapat mengetahui kejadian yang tengah terjadi melalui pemberitaan dari media cetak maupun media *online* yang saat ini tengah digandrungi oleh masyarakat luas karena mudah diakses.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka *media relations* merupakan fungsi kehumasan yang dilakukan dengan media eksternal yaitu media massa dalam mencapai publikasi dan tujuan organisasi. Membangun relasi dengan media tentu bertujuan untuk membantu pempublikasian dan penyebarluasan informasi kepada publik, selain itu juga untuk mengontrol informasi yang dikeluarkan oleh media, sehingga masyarakat mengetahui dan memahami tentang kegiatan atau informasi dari Kepolisian Daerah Jawa Barat.

Penelitian ini menarik dibahas untuk mengetahui bagaimana Humas Polda Jawa Barat dalam melakukan proses manajemen *media relations* agar terciptanya citra positif. Menjalinkan hubungan yang harmonis antara lembaga dan

media merupakan salah satu tugas dari seorang praktisi Humas, karena praktisi Humas ialah ujung tombak sebuah perusahaan yang akan memberikan informasi-informasi kepada media terkait lembaga atau perusahaan yang diwakilinya, dengan demikian diperlukan kegiatan yang tepat yang dilakukan oleh praktisi Humas untuk menjalin hubungan yang baik dengan media, agar media tetap menjaga dan mempertahankan citra lembaga atau perusahaan tersebut dengan memuat berita yang positif.

Menyadari akan pentingnya suatu citra dalam suatu perusahaan, Humas Polda Jabar terus berupaya melakukan beberapa cara dalam membentuk dan mempertahankan, serata meningkatkan citra perusahaan agar selalu positif, salah satu caranya adalah melalui *media relations*, hal tersebut dilakukan semata-mata demi pencitraan lembaga.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, dalam melakukan kegiatan atau aktifitas Manajemen *Media Relations*, Bidang Humas Polda Jabar melakukannya dengan tiga cara, yaitu: Mengelola relasi dengan media dalam meningkatkan citra positif, Mengembangkan strategi kebijakan terkait media dalam meningkatkan citra positif, dan Mengembangkan jaringan dengan media dalam meningkatkan citra positif.

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka terdapat pertanyaan penelitian untuk membatasi wilayah penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana Bidang Humas Polda Jawa Barat mengelola relasi dengan media dalam upaya meningkatkan citra positif?

2. Bagaimana Bidang Humas Polda Jawa Barat mengembangkan strategi kebijakan *media relations* dalam upaya meningkatkan citra positif?
3. Bagaimana Bidang Humas Polda Jawa Barat mengembangkan jaringan dengan media dalam upaya meningkatkan citra positif?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus dan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan diatas, maka pada penelitian yang berjudul “**Manajemen Media Relations dalam Meningkatkan Citra Positif**” pada studi di Bidang Humas Polda Jawa Barat ini memiliki beberapa tujuan:

1. Untuk mengetahui Bidang Humas Polda Jawa Barat mengelola relasi dengan media dalam upaya meningkatkan citra positif.
2. Untuk mengetahui Bidang Humas Polda Jawa Barat mengembangkan strategi kebijakan *media relations* dalam meningkatkan citra positif.
3. Untuk mengetahui Bidang Humas Polda Jawa Barat mengembangkan jaringan dengan media dalam meningkatkan citra positif.

1.4 Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian yang telah ditentukan diatas sebagai acuan untuk dimasa yang akan datang dan bisa menimbulkan manfaat, berikut beberapa kegunaan penelitian:

1.4.1 Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran, dan ide baru serta sarana untuk memahami ilmu komunikasi khususnya di bidang kehumasan.

1.4.2 Kegunaan Secara Akademis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan baru khususnya bagi yang melakukan penelitian untuk memahami lebih jauh mengenai *media relations*.
- b. Diharapkan dapat menjadi bahan acuan kajian untuk penelitian selanjutnya.
- c. Sebagai pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang *public relations*.

1.4.3 Kegunaan Secara Praktis

Penelitian yang mengangkat tema *media relations* ini di harapkan bisa menjadi sumber referensi bagi Praktisi PR dalam melaksanakan tupoksinya pada kegiatan *media relations* dalam sebuah instansi. Pentingnya menjalin hubungan dengan media dewasa ini harus lebih diperhatikan, terutama dalam penyusunan starteginya, meliputi pengelolaan relasi, pengembangan strategi dan memperluas jaringan media.

Kegunaan penelitian ini bagi lembaga yang menjadi objek penelitian yaitu dapat memberikan informasi dan menjadi bahan pertimbangan atau evaluasi bagi Bidang Humas Polda Jabar, dalam membina hubungan baik dengan media dengan tujuan melaksanakan publikasi yang maksimal.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis yaitu penalaran alur logika yang berisi kumpulan konsep, definisi teori, dan proporsi yang kemudian disusun secara sistematis,

sementara landasan teoritis deskriptif merupakan telaah kepustakaan yang relevan serta mengandung acuan dalam proses penyelesaian masalah dalam sebuah penelitian.

Media relations adalah kegiatan komunikasi *public relations* untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (Wardhani, 2009:31). *Media relations* merupakan bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi (Iriantara, 2008: 32).

Penelitian ini berjudul **“Manajemen *Media Relations* dalam Meningkatkan Citra Positif”** agar penelitian ini dapat mengetahui upaya suatu hubungan yang dibangun dan dikembangkan oleh Bidang Humas Polda Jabar dengan media untuk menjangkau publik guna meningkatkan pencitraan, kepercayaan, dan tercapainya tujuan-tujuan individu maupun organisasi/perusahaan dengan memiliki beberapa fungsi *media relations* untuk meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan kepercayaan publik.

Membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa itu paling tidak berarti memenuhi dan menanggapi kebutuhan dan kepentingan media massa terhadap organisasi tersebut. Karena watak komunikasi dalam PR adalah dua arah, maka praktik *media relations* pun bukan hanya mengkomunikasikan keluar organisasi melainkan juga menjadi komunikan yang baik dari apa yang dikomunikasikan dari luar organisasi, dalam

melakukan kegiatan atau aktivitas *media relations*, PR atau Humas sebuah Organisasi atau Institusi melakukannya dengan tiga cara, yaitu : Mengelola relasi dengan media, Mengembangkan strategi kebijakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, Mengembangkan jaringan dengan media (Iriantara, 2008: 32).

1.5.2 Landasan Konseptual

1.5.2.1 Media Relations

Media relations adalah kegiatan komunikasi *public relations* untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (Wardhani, 2009:31). Menurut (Saputra, 2014:53) *Media Relations* merupakan kegiatan atau bagian dari *Public Relations* eksternal dalam membangun juga menumbuhkan hubungan baik dengan media massa sebagai media komunikasi antara organisasi dengan publiknya dengan tujuan untuk mencapai tujuan organisasi.

1.5.2.2 Citra

Citra bagi sebuah perusahaan merupakan hal yang berperan penting, karena citra merupakan salah satu tujuan utama yang hendak dicapai oleh Public Relations. Citra yang positif diharapkan dapat menciptakan ketertarikan seseorang pada organisasi atau perusahaan sehingga seseorang dapat memberikan dukungannya terhadap organisasi atau perusahaan tersebut.

Citra berkaitan dengan suatu penilaian, tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi atau simbol-simbol tertentu terhadap bentuk pelayanan, nama

perusahaan dan merek suatu produk barang atau jasa dari pihak publik sebagai khalayak sasaran. Citra tersebut dapat bersifat positif atau negatif (Ruslan, 2017: 71).

Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan dalam benak seseorang. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau yang tidak disukai dari objek tersebut.

1.5.3 Landasan Operasional

1.5.3.1 Mengelola Relasi dengan Media

Mengelola relasi yang baik dengan media menjadi sangat penting untuk menunjang kegiatan PR, bahkan di banyak organisasi didasarkan pada jumlah pemberitaan yang dikeluarkan atau disiarkan oleh media massa. Berita yang dimuat pada media cetak yang besar dan berpengaruh atau media nasional dipandang lebih bergengsi dibandingkan dengan dimuat pada media lokal yang kecil. Pandangan seperti ini jelas merupakan tujuan berkomunikasi yang di jalankan pada kegiatan *public relations* menjalin hubungan baik dengan institusi media massa diperlukan, hubungan pribadi yang lepas dari hubungan tugas seperti layaknya pertemanan. Dengan demikian pada dasarnya menjalin dan mengelola relasi dengan media massa bisa di bangun melalui dua bentuk relasi, yaitu relasi tugas dan relasi pribadi (Iriantara, 2005:78-97).

Kegiatan yang dapat dilakukan oleh seorang PR dalam menyampaikan pesan, informasi, atau apapun yang berhubungan dengan organisasi di antaranya adalah dengan menjalankan komunikasi interaktif dan siaran pers.

1.5.3.2 Mengembangkan Strategi Kebijakan *Media Relations*

Strategi merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai kemudian dijabarkan kedalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan. Strategi *media relations* merupakan sekumpulan kebijakan dan taktik yang sudah dipersiapkan untuk mencapai tujuan kegiatan *media relations* khususnya dan Humas pada umumnya yang mengacu pada tujuan lembaga itu sendiri. salah satu cara untuk mengembangkan strategi kebijakan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada media massa (Iriantara, 2005:78-97).

1.5.3.3 Mengembangkan Jaringan dengan Media

Jaringan relasi bernilai sangat penting dalam pandangan lembaga untuk mencapai tujuan melalui program Humas. Pengembangan jaringan merupakan aspek penting dalam *media relations*. Mengembangkan jaringan tersebut, pada dasarnya mempertanyakan posisi Humas dalam sistem komunikasi yang ada di masyarakat, salah satu cara untuk mengembangkan jaringan adalah dengan memasuki organisasi-organisasi profesi atau memiliki kontak dengan organisasi profesi (Ruslan 2006:187-194).

1.6 Langkah-langkah penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Polda Jawa Barat yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta no. 743, Bandung, Jawa Barat. Penelitian ini diteliti di Polda Jawa Barat karena sebagai salah satu lembaga kepolisian yang memiliki citra baik dimata masyarakat yang diduga kuat karena pengelolaan manajemen *media relations* yang baik, hal tersebut dibuktikan oleh banyaknya penghargaan yang diterima Polda Jawa Barat, selain itu cakupan publik internal dan eksternal perusahaan yang begitu luas sehingga memudahkan dalam pencarian data dan informasi, oleh karena itu dengan pertimbangan tersebut diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai manajemen citra melalui *media relations*.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, ialah paradigma yang merupakan kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil dari konstruksi sosial. Paradigma konstruktivistik memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi, karena konsentrasi analisis pada paradigma konstruktivistik adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi. Menurut Arifin (2012:140) Paradigma konstruktivistik memandang bahwa pengetahuan itu bukan hanya merupakan hasil pengalaman terhadap suatu fakta akan tetapi merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Pengenalan manusia terhadap realitas sosial berpusat pada subjek bukan pada objek, hal ini

berarti bahwa ilmu pengetahuan bukan hanya dihasilkan dari pengalaman, tetapi juga merupakan hasil konstruksi oleh pemikiran.

Paradigma ini menunjukkan hubungan antara pengamat dan objek merupakan suatu kesatuan dan merupakan hasil perpaduan interaksi diantara keduanya. Berdasarkan penjelasan yang di paparkan diatas, penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivisme, karena penelitian ini berdasarkan dari nalar sendiri dalam memberikan penjelasan mengenai Manajemen *Media Relations* Humas Humas Polda Jabar dalam meningkatkan citra positif di masyarakat.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan interpretatif. Menurut Newman (1997:68) pendekatan interpretatif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail dan langsung pada tindakan observasi. Interpretatif melihat fakta sebagai sesuatu yang memiliki konteks dan makna yang khusus sebagai esensi dalam memahami makna sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretatif karena dalam penelitian ini menginterpretasikan sebuah fakta mengenai manajemen *media relations* melalui hasil data penelitian yang didapatkan dari wawancara mendalam bersama praktisi Humas yang menjalankan manajemen *media relations* dan juga melakukan observasi langsung dilapangan.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif. Menurut Moleong (2017:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang

bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan berasal dari kuisioner melainkan berasal dari wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi yang terkait lainnya. Penelitian kualitatif juga lebih mementingkan segi proses daripada hasil yang didapat. Hal tersebut disebabkan oleh hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas jika diamati dalam proses.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif ini karena mendeskripsikan gambaran mengenai Manajemen *Media Relations* Humas Polda Jabar Jawa Barat dengan memaparkan bagaimana analisa dan interpretasi objek yang akan diteliti berdasarkan data yang telah didapatkan. Penelitian ini mengeksplor suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh seorang Humas dalam melakukan hubungan dengan media sebagai upaya membangun citra positif.

1.7 Jenis Data dan Sumber Data

1.7.1 Jenis Data

Data yang akan diperlukan pada penelitian ini merupakan data kualitatif. Adapun jenis data yang akan dideskripsikan dan diperlukan yaitu data dari kantor Bidang Humas Polda Jawa Barat.

1.7.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu sebagai berikut:

1.7.2.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data untuk penelitian yang didapatkan langsung dari sumbernya, yaitu Kantor Bidang Humas Polda Jawa Barat yang khususnya bertanggung jawab mengelola *Media Relations*. Sumber data primer disini digunakan untuk mengetahui dan mencari jawaban pertanyaan penelitian.

1.7.2.2 Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang didapatkan dengan tujuan untuk melengkapi jawaban dari sumber data primer dalam arti sebagai penunjang data primer, agar jawaban yang dihasilkan pada penelitian memiliki penguatan dari fakta-fakta yang telah ditemukan. Data ini akan terdiri dari studi kepustakaan yang diperoleh dari buku-buku ilmu komunikasi, *public relations*, dan buku-buku atau sumber lain yang relevan terkait dengan penelitian dan hasil *content analysis* seperti catatan, foto, rekaman video, dokumen informasi, dan lain sebagainya.

1.8 Subjek Penelitian/Informan

Subjek penelitian menurut Suharsimi Arikonto (2016) adalah memberi batasan subyek penelitian sebagai benda, hal atau tempat, orang, data untuk penelitian melekat, dan data yang di permasalahan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subyek

penelitian, itulah data yang akan diamati. Menurut Moleong (2010) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informasi, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan tentang situasi dan kondisi latar penelitian.

Subjek Penelitian dalam penelitian yang sedang dilakukan ini adalah orang-orang yang bertugas di Bidang Humas Polda Jabar yang mempunyai tugas dalam pengelolaan *media realtions*, yang nantinya menjadi informan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data Sugiyono (2016:193). Berdasarkan atas data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka diperlukan beberapa teknik pengumpulan yang sesuai agar sesuai dengan data yang diharapkan, yaitu:

a. Wawancara

Penelitian ini mengumpulkan data dengan melalui teknik wawancara mendalam terhadap informan dengan tujuan untuk menggali data secara mendalam dan langsung. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dilakukan dengan tanya jawab secara langsung di Kantor Bidang Humas Polda Jawa Barat dengan orang-orang yang bertugas mengelola *media relations*. Tujuan dilakukan wawancara mendalam/terstruktur ini untuk mendapatkan data-data yang diperlukan guna melengkapi data dalam penelitian.

b. Observasi

Penelitian ini mengumpulkan data observasi secara terjun langsung dalam mengamati apa yang ada dan terjadi dilapangan. Penelitian ini mengamati bagaimana Manajemen *media relations* di Kantor Bidang Humas Polda Jawa Barat. Observasi ini dilakukan secara berkala dalam kurun waktu kurang lebih selama satu bulan di Bidang Humas Polda Jawa Barat. Tujuan dilakukannya observasi guna mengamati dan memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

c. Analisis Dokumen

Analisis dokumen dilakukan untuk melengkapi data-data yang telah didapatkan, yaitu dari wawancara mendalam bagaimana Manajemen *media relations* dalam mencapai citra positif masyarakat. Hasil wawancara tersebut dijabarkan dan dilengkapi oleh data yang ada di Kantor Bidang Humas Polda Jawa Barat. Analisis dokumen ini didapatkan dari arsip, dokumen, foto, terkait *media relations* di Bidang Humas Polda Jawa Barat guna melengkapi data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

1.10 Analisis Data

Menurut Bogdan (dalam Sugiyono, 2018, hlm. 334) menyatakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga lebih mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data yaitu sebagai berikut:

1. Pengolahan data, data yang sudah terkumpul di dalam tahap pengumpulan data, kemudian perlu diolah kembali. Pengolahan data ini memiliki tujuan agar data lebih sederhana, sehingga semua data yang telah terkumpul dan menyajikannya sudah tersusun dengan baik dan rapi kemudian baru dianalisis.
2. Penganalisisan data, setelah pengolahan data telah selesai, maka proses selanjutnya yaitu analisis data. kemudian Tujuan analisis data ini adalah untuk menyederhanakan dan juga memudahkan data untuk ditafsirkan.
3. Penafsiran hasil analisi, kemudian setelah data sudah selesai dianalisis, kegiatan yang harus dilakukan selanjutnya yaitu menafsirkan hasil analisa data tersebut. Tujuan penafsiran analisis data ini adalah untuk menarik kesimpulan dari penelitian kualitatif yang telah dilakukan. Penarikan kesimpulan berdasarkan data yang dikemukakan bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

1.11 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 2: Rencana Jadwal Penelitian

| No | Kegiatan | April | Mei | Juni | Juli | Agustus |
|----|-------------------|-------|-----|------|------|---------|
| 1. | Seminar SUPS | | ✓ | | | |
| 2. | Pengurusan SK | | | ✓ | | |
| 3. | Bimbingan | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4. | Pencarian Data | | | | ✓ | |
| 5. | Pengolahan Data | | | | ✓ | |
| 6. | Penulisan Laporan | | | | ✓ | |
| 7. | Sidang Munaqosyah | | | | | ✓ |

1.12 Skema Penelitian

Tabel 3: Skema Penelitian

