

## **Aktivitas *Public Relations* Polda Jawa Barat dalam Menjalankan *Event* lisiBhayangkara Mural Festival 2021**

**Irfan Adi Permana<sup>\*</sup>, M. Subur Drajat**

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

<sup>\*</sup>[irfanadipermana@gmail.com](mailto:irfanadipermana@gmail.com), [msuburdrajat@gmail.com](mailto:msuburdrajat@gmail.com)

**Abstract.** Every organization / agency certainly expects a good image and trust from the public, therefore Public Relations becomes an important role in every organization / agency to be able to realize the goals of the organization / agency. To make it happen, Public Relations plans and runs various program activities according to the needs of the organization/agencies. Activities can be carried out in various ways, one of which is by making events. In running the event, of course there are activities carried out by Public Relations. The Police Public Relations Division held the 2021 Bhayangkara Mural Festival event to accommodate mural activists and as evidence that the government and the National Police were not anti-critic in its implementation, which was carried out by each Regional Police. In accordance with the applicable legal area, the West Java Police Public Relations implement the 2021 Bhayangkara Mural festival event. This study uses a qualitative method with a case study approach by interviewing the chief executive of this event, the purpose of this research is to find out the West Java Police Public Relations activities in running the event. Bhayangkara Mural Festival 2021 using interview data collection techniques, observation, documentation and triangulation of data sources. The theory used in this research is Social Interaction Theory, Public Relations, Public Relations Activities and Special Events. The results of the research are that the West Java Regional Police Public Relations carry out Public Relations activities by managing communication and collaboration with mural activists and then to build relationships by doing friendship and embracing muralists. , when running events to accommodate mural activists and also show freedom of expression.

**Keywords:** Public Relations, Special Event, Social Interaction Theory.

**Abstrak.** Setiap organisasi/instansi tentu mengharapkan adanya citra yang baik dan kepercayaan dari publiknya, maka dari itu Public Relations menjadi peranan penting dalam setiap organisasi/instansi untuk dapat mewujudkan tujuan dari organisasi/instansi tersebut. Untuk mewujudkannya Public Relations merencanakan dan menjalankan berbagai program kegiatan sesuai dengan kebutuhan organisasi/instansi. Kegiatan yang dilakukan dapat dengan berbagai cara salah satunya dengan membuat event, Dalam menjalankan event tentunya terdapat aktivitas yang dilakukan oleh Public Relations. Divisi Humas Polri membuat event Bhayangkara Mural Festival 2021 untuk mewadahi para pegiat mural dan sebagai bukti pemerintah dan Polri yang tidak anti kritik dalam pelaksanaannya di laksanakan oleh setiap Polda masing-masing. Sesuai dengan wilayah hukum yang berlaku maka Humas Polda Jawa Barat melaksanakan event Bhayangkara Mural festival 2021. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan mewawancarai ketua pelaksana dari event ini , tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui aktivitas Public Relations Polda Jawa Barat dalam menjalankan event Bhayangkara Mural Festival 2021 dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dokumentasi dan tringulasi sumber data. Teori yang digunakan dalam penelitian ini Teori Interaksi sosial, Public Relations, Aktivitas Public Relations dan Special Event. Hasil penelitian bahwa Public Relations Polda Jawa Barat melakukan aktivitas Public Relations dengan mengelola komunikasi dan kerjasama dengan pegiat mural lalu untuk membangun relasi dengan melakukan silaturahmi dan merangkul pemural, ketika menjalankan event untuk mewadahi pegiat mural dan juga menunjukkan kebebasan berekspresi.

**Kata Kunci:** *Public Relations*, *Event* Spesial ,Interaksi Sosial.

## A. Pendahuluan

Hubungan masyarakat atau *Public Relations* menjadi hal yang terpenting untuk semua organisasi ataupun lembaga karena menjadi bagian paling utama yang berhubungan dengan publik. Selain itu, humas memberi informasi dari organisasi atau lembaga kepada masyarakat sebagai upaya mengenalkan lembaga sehingga ada saling pengertian dan pada akhirnya lembaga mendapatkan citra dari publik dan menjadi kemajuan bagi organisasi atau lembaga tersebut. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya bidang humas dalam setiap organisasi ataupun lembaga. Fungsi humas dalam setiap organisasi dan lembaga yaitu sebagai jalur penghubung antara publik dan masyarakat selain itu humas juga sebagai ujung tombak bagi organisasi ataupun lembaga terkait dengan citra organisasi dan lembaga tersebut. Setiap organisasi atau lembaga tentunya mengharapkan memiliki citra yang baik di mata publik dengan kegiatan yang dilakukan humasnya. Selain itu juga Humas juga dapat melakukan kampanye mengenai isu-isu tertentu sebagai tujuan organisasi atau lembaga yang ingin di capai. Secara umum kegiatan *Public Relations* pada hakikatnya berkomunikasi dengan publik internal ataupun eksternal. Proses komunikasi yang dilakukan dengan berbagai macam seperti komunikasi verbal maupun non-verbal. Kegiatan yang dilakukan *Public Relations* dengan komunikasi verbal seperti *Press Conference* lalu kegiatan komunikasi non- verbal yang dilakukan *Public Relations* seperti Pameran, Seminar, *Event*, Riset..

Bhayangkara Mural Festival 2021 Piala Kapolri merupakan kegiatan *Event* yang di gagas oleh Divisi Humas Polri dan di selenggarakan oleh Humas Polda pada masing-masing wilayah seluruh Indonesia, Kegiatan ini diadakan berlandaskan dari wujud keterbukaan Pemerintah dan Polri tidak anti-kritik yang membangun dari masyarakat yang nantinya akan menjadi evaluasi dan pembenahan internal. Awal mulainya dari kegiatan ini muncul berkaitan dengan adanya peristiwa adanya gambar mural yang bertuliskan “404 Presiden Jokowi Not Found” dengan adanya festival ini menjadi tempat para pegiat mural untuk menyampaikan kritiknya ini lah yang menjadi daya tarik. Di sisi lain adanya *Event* ini sebagai sebagai wadah para pegiat mural untuk berkreasi dengan kreativitasnya pada tempat yang sudah di tentukan.

Berdasarkan penelitian di atas, peneliti membuat pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana Humas Polda Jawa Barat menjalankan aktivitas *Public Relations* dalam event bhayangkara mural festival 2021?

Bagaimana Humas Polda Jawa Barat membangun relasi dengan stakeholder dalam menjalankan *Event* Bhayangkara Mural Festival 2021?

Mengapa *Public Relations* Polda Jawa Barat menjalankan event Bhayangkara mural Festival 2021?

## B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian berjudul aktivitas *public relations* polda Jawa Barat dalam menjalankan event bhayangkara mural festival 2021 menggunakan paradigma Konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan teori Interaksi Sosial Menurut Soerjono Soekanto (2012:55) Interaksi sosial merupakan hubungan sosial timbal balik yang dinamis, yang menyangkut hubungan antara orang-orang secara perorangan, antara kelompok kelompok manusia, ataupun antara orang dengan kelompok manusia. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus, Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain dalam studi ini dikumpulkan dari beberapa sumber. Tujuan penelitian yang utama tidak terletak pada generalisasi hasil, melainkan keberhasilan suatu treatment pada suatu waktu tertentu. Studi kasus dapat digunakan apabila peneliti ingin memahami suatu permasalahan atau situasi tertentu lebih dalam dan dapat mengidentifikasi kasus banyak dengan informasi, umumnya menggambarkan suatu permasalahan yang unik dapat berupa peristiwa, program, insiden atau komunitas yang menggambarkan secara mendalam dan detail.

Dalam memperoleh data – data pada penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data secara wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi arsip Bhayangkara Mural Festival 2021

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Mengelola Komunikasi

Ketika mengelola komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat Untuk menyebarkan informasi mengenai adanya Event Bhayangkara Mural Festival 2021 Humas Polda Jawa menggunakan media. Media yang di digunakan seperti media sosial, media elektronik dan media cetak. Yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat mengenai menyebarkan informasi juga merupakan bagian dari kegiatan aktivitas Public Relations yang dilakukan untuk pihak External. External Public Relations sendiri memiliki 6 jenis bentuk kegiatan tetapi dalam pemanfaatan media sendiri yang masuk kreteria bentuk kegiatan yaitu:

#### A. Hubungan dengan Press (Press relations)

Dalam prakteknya tujuan dari kegiatan press relations ini adalah untuk memberikan informasi mengenai sesuatu kegiatan yang dilakukan perusahaan melalui pers dimana pada tahanan selanjutnya pers akan menyebarkan informasi tersebut melalui pemberitaannya kepada masyarakat luas. Di lain pihak melalui pers dalam kegiatan penyebaran informasi perusahaan, dimaksudkan agar luas mengerti dan mengetahui perusahaan itu, serta bila ada pendapat dari sebagian publik yang bernada sumbang terhadap perusahaan, maka pers dapat memberi bantuan bagi menetralsir pendapat publik tersebut melalui informasi yang didapatnya, sehingga pers dapat membantu untuk menghasilkan opini publik yang menguntungkan terhadap citra perusahaan.

Merupakan salah satu bentuk kegiatan external public relations yang ditujukan kepada pihak pers, mencakup kepada usaha:

Menyiapkan bahan untuk press release

Mengadakan pree interview dan konferensi pers

Mengadakan publisitas (publicity)

Mengadakan press tour

Menyediakan dan mempersiapkan informasi (Message arrangement) bagi siaran radio dan televisi.

#### B. Hubungan dengan Pihak Pongeddar

Hubungan dengan pihak pongecer merupakan salah satu bentuk kegiatan external public relations yang ditujukan kepada menyelenggarakan hubungan dengan pihak pongecer. Dari pelaksanaan kegiatan supplier public relations ini, sebaiknya seorang petugas kehumasan hendaknya memakai sarana seperti:

Penggunaan media komunikasi terbatas seperti , brosur , pamflet, booklet, spanduk, billboard Papan reklame

Menggunakan kegiatan komunikasi kelompok seperti konperesi meja bundar, seminar, Panel, briefing, penataran kilat.

Hal yang dilakukan olah Humas Polda Jawa Barat memanfaatkan media sosial, media elektronik dan media cetak untuk menyebarkan informasi mengenai Event Bhayangkara Mural Festival 2021. Menyebarkan informasi yang di lakukan oleh Humas Polda Jawa Barat seperti menyiarkan berita event ini melalui radio dan melakukan publisitas kepada media, bentuk kegiatan yang dilakukan termasuk dalam aktivitas external Public Relations pada Hubungan dengan Press, Humas Polda Jawa Barat melakukan penyebaran informasi agar masyarakat tau mengenai informasi Bhayangkara Mural Festival 2021.

Selain itu dalam menyebarkan informasi Event Bhayangkara Mural Festival 2021 di lakukan melalui media cetak dan konvesional. Yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat termasuk dalam Aktivitas External Public Relations bentuk Hubungan dengan pongeddar. Menyebarkan informasi yang di lakukan dengan media cetak seperti pembuatan brosur , pamflet, booklet, spanduk, billboard yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat agar masyarakat tau akan adanya Event Bhayangkara Mural Festival 2021.

Setiap berkomunikasi dengan stakeholders yang dilakukan ketika melaksanakan

sosialisasi dan melakukan koordinasi tidak terlepas dari adanya interaksi sosial yang terjadi antara Humas Polda Jawa Barat dan juga stakeholders, Menurut Ahmadi (2002:54) menyatakan interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua individu atau lebih, dimana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya. Interaksi sendiri memiliki 2 aspek Menurut Soekanto (2002) mengemukakan aspek interaksi sosial yaitu :

a. Aspek kontak sosial, merupakan peristiwa terjadinya hubungan sosial antara individu satu dengan lain. Kontak yang terjadi tidak hanya fisik tapi juga secara simbolik seperti senyum, jabat tangan. Kontak sosial dapat positif atau negatif. Kontak sosial negatif mengarah pada suatu pertentangan sedangkan kontak sosial positif mengarah pada kerja sama.

b. Aspek komunikasi. Komunikasi adalah menyampaikan informasi, ide, konsepsi, pengetahuan dan perbuatan kepada sesamanya secara timbal balik sebagai penyampai atau komunikator maupun penerima atau komunikan. Tujuan utama komunikasi adalah menciptakan pengertian bersama dengan maksud untuk mempengaruhi pikiran atau tingkah laku seseorang menuju ke arah positif.

Aspek kontak sosial terjadi saat Humas Polda Jawa Barat melakukan dengan melakukan pertemuan pertemuan dengan stakeholders khususnya dengan pegiat mural dan juga komunitas mural yang ada di Jawa Barat serta ketika melakukan koordinasi dengan anggota. Selain itu aspek komunikasi juga terjadi saat pertemuan yang di rencanakan ketika membahas event Bhayangkara Mural Festival 2021 oleh Humas Polda Jawa Barat dan juga komunitas dan pegiat mural dalam bertukar pikiran dan berdiskusi serta mendengar masukan-masukan dari para pegiat mural

#### **Kerjasama dengan pegiat Mural**

Kerjasama yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat dengan pegiat mural untuk pelaksanaan Event Bhayangkara Mural Festival 2021 ketika berhubungan kerjasama dengan stakeholders khususnya pegiat mural ada upaya aktivitas yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat. Aktivitas *Public Relations* Menurut Danandjaja (2011: 31) Aktivitas *public relations* terbagi dalam dua hal yaitu *Internal Public Relations* dan *External Public Relations*, *Internal public relations* dimaksudkan salah satu bentuk kegiatan dari *public relations* yang menitikberatkan kegiatannya ke dalam. Istilah ke “dalam” maksudnya kegiatan tersebut hanya berlaku kepada bentuk hubungan dengan publik yang ada dalam instansi atau perusahaan tersebut. publik dalam kegiatan *internal public relations* dapat dilihat dalam beberapa bentuk yang terbatas.

Sementara itu *External Public Relations* adalah salah satu bentuk dari kegiatan *public relations* yang ditujukan kepada publik yang berada diluar perusahaan atau instansi. Di dalam prakteknya, *external public relations* ini bertujuan untuk mencari serta mendapatkan dukungan dari publik yang berada di luar perusahaan tersebut. Kegiatan *external public relations* ini dimaksudkan pihak perusahaan melalui kebijaksanaan yang dijalankannya serta ditujukan kepada publik cenderung mengadakan persamaan terhadap kondisi sosial yang terdapat pada diri publik.

Aktivitas *Public Relations* dengan pihak external dengan bentuk kegiatan Adapun bentuk kegiatan *external public relations* antara lain dapat disebut dan diuraikan kepada:

- a. Hubungan dengan Press (*Press relations*)
- Hubungan dengan Pihak Pemerintah
- Hubungan dengan Publik Pelanggan (*Customer Relations*)
- Hubungan dengan Masyarakat
- Hubungan dengan Pihak Pengedar
- Hubungan dengan Pihak Pendidikan

Dalam menjalankan event Bhayangkara Mural Festival 2021 Humas Polda Jawa Barat aktivitas *Public Relations* yang cocok dengan bentuk kegiatan *external Public Relations* adalah Hubungan dengan Masyarakat. Berhubungan dengan masyarakat khususnya pegiat mural dan komunitas mural melakukan kerjasama untuk pelaksanaan event Bhayangkara Mural Festival 2021.

#### **Melakukan Silaturahmi**

Komunikasi yang dilakukan oleh Public Relations Polda Jawa Barat dengan terus menjalin silaturahmi dengan stakeholders secara terus menerus berkoordinasi dan juga menjaga silaturahmi. Menurut Dwihartanti (2004: 2) menjelaskan bahwa: Komunikasi pada umumnya didefinisikan sebagai kegiatan saling bertukar pendapat atau hubungan antara manusia, baik individu maupun kelompok. Seperti yang kita tau Menurut Deddy Mulyana (2005:61-69). Mengkategorikan definisi-definisi tentang komunikasi dalam tiga konseptual diantaranya, (1) Komunikasi sebagai tindakan satu arah; (2) Komunikasi sebagai interaksi; (3) Komunikasi sebagai transaksi.

Tetapi dalam menjalin silaturahmi dengan stakeholders yang dilakukan oleh Public Relations Polda Jawa Barat untuk menjalin hubungan yang baik dan juga terus berkordinasi dan juga menjaga silaturahmi dari ketiga konsepial menurut Deddy Mulyana yang dapat cocok di lakukan yaitu Komunikasi sebagai interaksi.

Komunikasi sebagai interaksi terjadi ketika Public Relations Polda Jawa Barat menjalin silaturahmi dengan Stakeholders untuk menyampaikan pesan yang di tuju kepada penerima pesan baik dengan verbal maupun non verbal setelah itu adanya timbal balik dari penerima pesan dan begitu terus menerus interaksi terjadi

### **Merangkul Pemural**

Kegiatan event Bhayangkara Mural Festival 2021 merupakan momen untuk Public Relations Polda Jawa Barat dapat dekat dengan pegiat mural dan juga komunitas mural. Pendekatan yang dilakukan oleh Public Relations Polda Jawa Barat tentunya harus adanya upaya yang dilakukan dengan merangkul pemural agar adanya kedekatan antara Public Relations Polda Jawa Barat dan juga pegiat mural serta komunitas mural. Melakukan pendekatan kepada pemural dan komunitas mural tentunya memerlukan komunikasi yang dilakukan oleh Public Relations sebagai peran dari Public Relations itu sendiri. Dalam Rosady (2008:20), Menurut Dozier & Broom peranan Public Relations dalam suatu organisasi dibagi menjadi empat kategori diantaranya: (1) Penasehat Ahli (Expert Prescriber); (2) Fasilitator Komunikasi (Communication Fasilitator) (3) Fasilitator proses pemecahan masalah (Problem Solving Proses Fasilitator); (4) Teknik Komunikasi (Communication Technician)

Public Relations Polda Jawa Barat Melakukan pendekatan dengan pemural, melakukan pertemuan dan berdiskusi keinginan pemural dengan mengundang ke kantor untuk berdiskusi merupakan termasuk dari kategori sebagai Fasilitator Komunikasi (Communication Fasilitator). Public Relations Polda Jawa Barat tentunya mengajak diskusi dengan para pegiat mural mendengarkan apa yang diinginkan dan juga diharapkan dari pegiat mural dan juga komunitas mural tentunya untuk terciptanya timbal balik saling pengertian dan toleransi untuk kedua belah pihak Public Relations Polda Jawa Barat juga menjelaskan kebijakan dan harapan dengan di adakannya event Bhayangkara Mural Festival 2021 ini kepada pegiat mural.

#### **Kebebasan Berekspresi**

Event dilakukan karena memiliki maksud dan tujuan tertentu sesuai dengan keinginan pelaksana event, Event di buat memiliki sesuatu hal yang menjadi dasar terjadinya event tersebut. Event di lakukan ketika memiliki adanya sesuatu peristiwa yang menguatkan event itu perlu di lakukan. Kebebasan berekspresi menjadi hal yang mendasar terjadinya event ini untuk di laksanakan mengingat adanya peristiwa gambar mural mengkritik pemerintahan Jokowi.

Menurut Bowdin, Allen & O'Toole (2006:14-15) special event adalah:

Special events are defined as specific rituals, presentation, performances or celebrations that are conciously planned and created to mark special occasions or to achieve particular social, cultural, or corporate objectives. (Special event adalah suatu ritual istimewa, penunjukan, penampilan, atau perayaan yang pasti direncanakan dan dibuat untuk menandai acara-acara khusus atau untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama-sama).

Definisi dari pendapat ahli mengenai Special Event maka sebagai bentuk kegiatan yang dilakukan berbeda dari kegiatan biasanya, Kegiatan dilakukan dengan mempunyai latar belakang dan tujuan bersama. Kegiatan dilakukan dengan adanya peristiwa tertentu yang mengakibatkan perlunya diadakan Special Event.

Dalam menjalankan event Bhayangkara Mural Festival 2021 seperti yang di temukan temuan penelitian bahwa event ini di buat karena adanya latar belakang mengenai momen

adanya gambar mural yang mengkritik di masa pemerintahan presiden Jokowi yang akhirnya Divisi Humas Polri membuat event Bhayangkara Mural Festival 2021 untuk menunjukkan kebebasan berekspresi dan menghilangkannya stigma masyarakat tentang anti kritik pada pemerintahan presiden Jokowi.

Menurut Matthews dalam bukunya *Special Event : The Process* mengatakan definisi-definisi di atas perlu menjabarkan karakteristik dari "specialness". Bahwa acara yang diadakan mengandung unsur yang istimewa atau berbeda dari acara yang biasanya. Beberapa karakteristik yang membuat sebuah acara yang biasa menjadi sebuah special event :

1. Harus memiliki waktu atau durasi yang terbatas, biasanya hitungan jam atau paling lama hitungan hari.
2. Harus dilaksanakan sekali atau yang jarang terjadi, biasanya bulanan 26 atau tahunan.
3. Jika termasuk dalam serangkaian acara, masing-masing harus berbeda dari yang lainnya.
4. Harus unik.
5. Mengharuskan adanya satu atau beberapa organisator.
6. Harus terencana dan terkontrol.
7. Harus memenuhi definisi special event.
8. Harus ada audience yang datang.

Event Bhayangkara Mural Festival 2021 dilakukan baru pertama kali di selenggarakan, perencanaan event ini dilakukan kurang lebih selama 2 bulan dan dalam pelaksanaannya dilaksanakan secara dua hari secara serentak. Dalam pelaksanaan Event Bhayangkara Mural Festival 2021 dilakukan secara terencana dan juga terkontrol untuk memastikan event berjalan secara baik dan lancar.

Seperti yang diketahui sebelumnya Polri menindak oknum pemural yang mengkritik pemerintahan Jokowi karena alasan bahwa itu merupakan simbol negara dan tidak bisa di lecehkan, Yang unik dari event Bhayangkara Mural Festival 2021 yaitu Polri menyediakan wadah untuk pegiat mural dan komunitas mural mengespresikan dan berkreasi. Dari pelaksanaan event Bhayangkara Mural Festival 2021 juga adanya audience yang hadir dalam pelaksanaan tersebut dengan semua penjelasan tersebut maka event Bhayangkara Mural Festival 2021 memenuhi karakteristik dari Special Event

Menurut Ruslan (1998:214) mengungkapkan fungsi special event jika dikaitkan dengan fungsi kehumasan yaitu :

1. Untuk memberikan informasi secara langsung dan mendapatkan hubungan timbal balik yang positif dengan publiknya.
2. Sebagai media komunikasi dan sekaligus untuk mendapatkan publikasi yang pada akhirnya target sasaran akan memperoleh pengenalan, pengetahuan dan pengertian yang mendalam terhadap organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

Dengan adanya pelaksanaan Event Bhayangkara Mural Festival 2021 juga sebagai tempat mendapatkannya hubungan timbal balik yang dilakukan oleh Public Relations Polda Jawa Barat dengan pegiat mural lalu terlebih adanya stigma yang ada untuk tidak bebas menyampaikan pendapat, dengan adanya event Bhayangkara Mural Festival pemural dapat menyampaikan langsung dan bebas berkreasi. Selain itu sebagai media komunikasi, sedikit banyaknya pegiat mural dapat mengerti bagaimana lembaga Polri dengan cara merangkul pegiat mural dan mewadahi mereka untuk dapat berekspresi.

Dalam menjalankan event Bhayangkara Mural Festival Public Relations Humas Polda Jawa barat memiliki alasan untuk melakukan kegiatan ini. Tentunya dengan harapan tercapainya target yang tujuannya di selenggarakannya acara ini seperti harus tersampainya informasi mengenai event ini sampai kepada masyarakat yang banyak dengan harapan masyarakat dapat mengetahui adanya event ini dan juga dapat berpartisipasi dalam event ini. Melakukan penyebaran informasi dengan struktur internal Polri melibatkan Polres-Polres se-Jawa Barat melakukan koordinasi satu sama lain terkait event ini kepada para pegiat mural dan juga komunitas mural yang ada di daerah Jawa Barat hingga ke pelosok-pelosok untuk mengajak berpartisipasi dalam kegiatan event ini.

Public relations merupakan sebuah proses yang direncanakan dan berlangsung secara

terus menerus atau berkesinambungan, dimana tujuan dari semua kegiatan atau aktivitas yang dilakukan adalah membangun, menjaga, serta mempertahankan citra positif dari publik internal maupun eksternal terhadap perusahaan seperti menurut Cahyaningsih (2015: 18) tujuan humas adalah “menciptakan kesan atau citra positif organisasi, lembaga atau perusahaan terhadap masyarakat.

Sedangkan menurut Frank Jefkins, dikutip oleh Neni Yulianita dalam bukunya Dasar-Dasar Public Relations, menyatakan bahwa tujuan public relations adalah untuk meningkatkan favourable image/citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali unfavorable image/citra yang buruk terhadap organisasi tersebut (Yulianita, 2000:42). Untuk tercapainya setiap tujuan yang di inginkan oleh perusahaan/lembaga dan pemerintahan tentunya tidak terlepas dari kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang di capai.

### **Mewadahi Pegiat Mural**

Setiap adanya terselenggaranya event tentunya memiliki target yang harus di capai oleh penyelenggara dalam pelaksanaannya. Dalam event Bhayangkara Mural Festival 2021 yang di selenggarakan oleh Public Relations Polda Jawa Barat event yang di laksanakan di targetkan untuk mewadahi pemural dan komunitas mural yang ada di Jawa Barat. Target para pegiat mural dalam event ini dengan banyaknya jumlah peserta yang ikut dalam acara ini sebagai suatu keberhasilan dalam pelaksanaannya event ini untuk mewadahi pegiat mural berkreasi.

Dalam membuat sebuah program Public Relations, Wilcox & Cameron (2009:154) mengatakan perlu mengidentifikasikan apa yang harus dilakukan, kenapa dan bagaimana mencapainya. 8 hal dalam merancang program PR yaitu: 1. Situation ; 2. Objectives; 3. Audience; 4. Strategy; 5. Tactics; 6. Calender/timetable; 7. Budget ; 8. Evaluation.

Dalam melaksanakan Event Bhayangkara Mural Festival melaksanakan identifikasi yang harus dilakukan untum melakukan kegiatan ini. Dari 8 hal yang selaras yaitu Audience, Public Relations Polda Jawa Barat sudah menentukan target yang tepat untuk berlangsungnya Event Bhayangkara Mural Festival 2021 yaitu pegiat mural dan juga komunitas mural dengan menentukan publik sasaran yang tepat berdasarkan tujuan maka menunjukkan adanya event program yang tepat sasaran..

## **C. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pembahasan mengenai Aktivitas Public Relations Polda Jawa Barat dalam menjalankan event Bhayangkara Mural Festival 2021 menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

### **1. Kesimpulan Aktivitas Public Relations**

Aktivitas Public Relations yang dilakukan oleh Public Relations Polda Jawa Barat dengan mengelola komunikasi dan kerjasama dengan pegiat mural. Kerjasama dengan pegiat mural dilakukan oleh Public Relations Polda Jawa Barat untuk pelaksanaan event Bhayangkara Mural Festival 2021, Kerjasama yang dilakukan tentunya untuk mencari dukungan.

### **2. Kesimpulan Membangun Relasi**

Komunikasi yang dilakukan Public Relations Polda Jawa Barat untuk melakukan silaturahmi dan merangkul pemural. Silaturahmi dilakukan dengan stakeholders secara terus menerus menjalin hubungan agar tetap dapat berkoordinasi satu sama lain khususnya pegiat mural dan juga komunitas mural. Kegiatan dari event Bhayangkara Mural Festival 2021 momen untuk Public Relations Polda Jawa Barat merangkul pemural dekat dengan pegiat mural dan juga komunitas mural yang ada di Jawa Barat.

### **3. Kesimpulan Menjalankan Event**

Target pelaksanaan event Bhayangkara Mural Festival 2021 untuk mewadahi pegiat mural dan komunitas mural yang ada di Jawa Barat. Bhayangkara Mural Festival 2021 di laksanakan untuk menunjukkan kebebasan berekspresi, berkreasi dan menghilangkan stigma masyarakat anti kritik pada pemerintahan presiden Jokowi

## Acknowledge

Ucapan terimakasih serta penghargaan setinggi – tingginya peneliti disampaikan kepada sebagai berikut :

1. Kedua orang tua, Bapak Satria Adhy Permana dan Ibu Yeni Taryeni, terimakasih sebesar-besarnya untuk segala dukungan yang telah di berikan serta doa yang selalu dipanjatkan setiap harinya. Peneliti tidak henti-hentinya mengucapkan terimakasih untuk segala jasa dan pengorbanan kepada peneliti hingga saat ini.

2. Annisa Salma Tamimmah selaku adik peneliti yang selalu menjadi teman cerita segala keluh kesah peneliti dalam pengerjaan penelitian ini.

3. Bapak Alex Sobur , Drs., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang turut memberikan kesempatan dan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini

4. Bapak M. Subur Drajat, Drs., M.Si. selaku Dosen Pembimbing peneliti yang memberikan dukungan, semangat, doa dan kepercayaan kepada peneliti untuk bisa mengerjakan dan menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Terimakasih banyak Pak, semoga kebaikan Bapak senantiasa dibalas oleh Allah SWT

5. Ibu Maya Amalia Oesman Palapah, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Wali peneliti yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa dari awal perkuliahan hingga akhirnya dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung baik yang pernah mengajar peneliti maupun yang belum pernah mengajar peneliti, dan seluruh pihak Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Terimakasih atas dedikasi yang besar untuk peneliti dan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ilmu Komunikasi

7. Bapak Kabid Humas Polda Jawa Barat Kombes Pol Ibrahim Tompo yang sudah memberikan kesempatan peneliti untuk meneliti , serta Bapak AKBP Temy dan Briпка Putra selaku narasumber dalam penelitian ini

8. Sahabat SMA Peneliti Muhammad Fahrul Yusyar yang sudah menyemangati peneliti dan tempat bertukar pikiran peneliti dalam semua masalah hidup.

9. Sahabat kampus peneliti Aji, Kiki, Hilmy dan Bob yang sudah menemani peneliti serta bermain bareng PointBlank dalam masa penelitian.

10. Nanda Nabila Zavirah yang sudah menemani selama 3 tahun perkuliahan, Syaikha Shabira yang sudah menemani selama 6 bulan terakhir dan Bulan Aprilia yang sudah menemani peneliti dalam pengerjaan penelitian ini.

## Daftar Pustaka

- [1] Effendi, Onong Uchjana. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- [2] Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [3] Anton, M. Mulyono. 2001. Aktivitas Belajar. Bandung: Yrama
- [4] Basuki, Sulistyono. 2006. Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- [5] Doantara Yasa. 2008. “Prestasi Belajar dan Aktivitas Siswa”. <http://ipotes.wordpress.com>
- [6] Kasali, Rhenald. 2005. Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti
- [7] Mulyana, Deddy. 2004 Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [8] Mulyana Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [9] Wiryanto, 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- [10] Effendy, Onong Uchjana. 2006. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung: Rosdakarya.
- [11] Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta



- [12] Ruslan, Rosady. 2014. Manajemen Humas dan Media Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers
- [13] Cutlip, Center, Broom. 2009. Effektive Public Relations. Jakarta: Kencana
- [14] Wilcox, D.L., Cameron, G.T. 2009: Public Relations: Strategies and Tactics. Boston: Pearson Education, Inc.
- [15] Glenn Bowdin, William O'Toole, Johnny Allen, Rob Harris, Ian McDonnell. 2006: Events Management .London: Routledge
- [16] Ahmadi, A. 2002. Psikologi Sosial Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- [17] Soekanto, Soerjono.2012.Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Pers
- [18] Soekanto, Soerjono. 2002. Sosiologi Suatu pengantar. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- [19] Jerry A. Hendrix, Darrell C. Hayes. 2010: Public Relations Cases Cengage Learning
- [20] Nur Ilham, Muhammad, Oesman Palapah, Maya Amalia. (2022). Strategi Marketing Public Relations X Motorcycle, Jurnal Riset Public Relations, 1(2), 156 - 161