

Strategi Komunikasi Penerangan Kodam VI/Mulawarman Dalam Mendukung Peningkatan Citra TNI AD di Wilayah Kodam VI/Mulawarman

Baharuddin¹, Jamal Amin², Achmad Djumlani³

Abstract

When the reformation conquer all the university students armed forces at that time was called ABRI became main target by reformis. Reformation at that time only to change the position of President, but situation also changed to reform the armed forces which known that reformed inside armed forces.

The leader of information in armed forces try to develop all sectors to inform to the sociality and all the sociality known well about TNI until now.

Information of six military area command as a part of information armed forces has the strategic function to reform the citra and beliving of sociality and the describe the vision and mission of army as internal or external.

In generally in the research said that the strategy and management of information six military area command not run well as we want, because supported factors not completely full, and also from the leader up to subordinate not completely correct.

Keywords: *Strategy, Communication, Image, Public Relation, Fungsi, Believe, Consept.*

Abstrak

Ketika gelombang reformasi digulirkan para mahasiswa, TNI (waktu itu ABRI) menjadi sasaran utama kaum reformis. Meskipun reformasi waktu itu awalnya diarahkan untuk menurunkan presiden, tetapi perkembangan selanjutnya, juga menuntut “perombakan” dalam tubuh TNI, yang kemudian dikenal dengan reformasi internal TNI.

Upaya membangun citra yang dilaksanakan para pejabat Penerangan TNI sebagai ujung tombak, mulai mampu mendongkrak citra TNI. Ini dapat

¹ Mahasiswa Program Magister Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

² Dosen Program Magister Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

³ Dosen Program Magister Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

dilihat dalam beberapa dekade dan even kegiatan, prajurit TNI mulai bisa membaur dan bahkan mereka juga diterima masyarakat.

Penerangan Kodam VI/Mulawarman sebagai bagian Penerangan TNI tentunya mempunyai fungsi yang sangat strategis dan diharapkan mampu dan efektif mengembalikan citra dan kepercayaan masyarakat serta merumuskan, menjabarkan, mengkomunikasikan visi dan misi TNI AD secara internal dan eksternal.

Secara umum dari hasil penelitian ini ditemukan belum sejauh ini strategi dan manajemen Pendam VI/Mulawarman dalam membangun citra TNI AD di wilayah Kodam VI/Mulawarman belum berjalan sebagaimana mestinya, karena faktor-faktor pendukung yang menghambat, selain itu pemahaman konseptual dan operasional kehumasan baik terhadap pimpinan sampai ke bawah belum sepenuhnya benar.

Kata Kunci : *Strategi, Komunikasi, Citra, Penerangan, Fungsi, Kepercayaan, Konsep.*

Pendahuluan

TNI-AD sebagai bagian integral dari TNI yang memiliki tugas pokok menegakkan kedaulatan Negara dan keutuhan wilayah darat Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 serta melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia di wilayah daratan dari ancaman dan gangguan terhadap keutuhan bangsa, diharapkan dapat menjadi pilar dan ujung tombak dalam menjaga tetap utuhnya nilai-nilai persatuan dan kesatuan bangsa. Pada era globalisasi sekarang iklim kompetisi, telah mendorong timbulnya kesadaran yang semakin kuat pada organisasi-organisasi, termasuk juga pada institusi TNI AD tentang pentingnya dukungan publik terhadap eksistensi TNI AD. Pada dua dekade terakhir ini posisi publik semakin penting dalam proses dinamisasi organisasi. Kehadiran Tag line yang menyatakan bahwa : *"Publik merupakan penentu keberlanjutan suatu organisasi"* merupakan suatu kognisi baru dalam manajemen organisasi non profit. sejak dua dekade terakhir ini telah mengkonfirmasi kita bahwa institusi TNI AD juga harus berupaya untuk bersinergi dengan publik bila TNI AD ingin tetap mendapatkan dukungan publik.

Bertrand R. Canfield dalam bukunya "Public Relations Principles and Problem", yang dikutip oleh Rosady Ruslan (1995:42) mengemukakan unsur-unsur utama dalam fungsi humas atau Penerangan adalah mengabdikan kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik dan menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik. Selain itu, fungsinya bertujuan guna memperoleh kepercayaan (*trust*), saling pengertian (*mutual understanding*) dan citra yang baik (*good image*) dari masyarakat (*public image*). Adapun sasarannya adalah menciptakan opini publik yang *favorable* dan menguntungkan semua pihak. Tugas itu tentu tidaklah semudah seperti

membalik telapak tangan. Upaya-upaya yang dilakukan Penerangan haruslah usaha untuk menciptakan hubungan harmonis antara suatu organisasi dengan publiknya dan masyarakat luas melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah (Rahmadi. 1994:22).

Keberadaan satuan Penerangan TNI AD dalam konteks mendukung keberhasilan program kerja guna mewujudkan tujuan institusi TNI AD secara umum akan sangat bersinggungan erat dengan dua fungsi utama Penerangan terkait isu-isu yang bersifat external relations. *Pertama*, Penerangan TNI AD bertujuan mendapatkan dan melipatgandakan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. *Kedua*, Satuan Penerangan secara profesional, obyektif dan bijak berusaha menjadi mediator dalam rangka “Mengadvokasi” insitusi TNI AD dari berbagai opini negatif yang tidak wajar dari luar.

Parameter yang digunakan untuk menilai keberhasilan tersebut adalah jika terbangun situasi public understanding, public confidence, public supporting, dan public cooperation secara nyata di lapangan, sehingga keberadaan institusi TNI AD benar-benar diterima oleh berbagai elemen masyarakat. Lekatnya bidang Penerangan dengan dunia komunikasi, secara otomatis mengarahkan proses komunikasi Penerangan berhadapan dengan dua bentuk hubungan yang berbeda strateginya, yakni hubungan secara psikologis dan hubungan sosiologis dengan publik.

Gencarnya pemberitaan yang baik, namun tetap profesional terhadap TNI AD Semakin luasnya akses informasi yang didapat publik dari pemberitaan media massa yang berkaitan dengan peran yang didedikasikan oleh TNI AD untuk publik, maka akan semakin kuat ikatan saling pengertian dan kepercayaan publik terhadap TNI AD. Hal ini sangat penting diwujudkan oleh seluruh jajaran TNI AD, karena ikatan saling pengertian kepercayaan dan dukungan publik merupakan roh kehidupan dan kelanjutan institusi TNI AD.

Tentunya dalam kaitan ini, satuan penerangan dan satuan lainnya dalam jajaran TNI AD harus menunjukkan reputasi positif agar kita dapat bernegosiasi secara aktual dengan seluruh Stakeholder, sehingga kita juga akan dipercaya oleh kalangan media massa. Untuk mewujudkan kepercayaan media massa tersebut, dapat kita lakukan misalnya dengan selalu menyiapkan bahan-bahan informasi akurat dan faktual kapan saja “dibutuhkan” oleh media.

Public Relations

Public Relations secara konseptual dalam pengertian “*State of being*” di Indonesia baru dikenal pada tahun 1960-an. Dalam pengertian *state of being*, *public relations* di Indonesia menggunakan istilah hubungan masyarakat atau disingkat Humas, sebagai terjemahan dari *public relations*. Maka di beberapa instansi dan organisasi dapat dijumpai Hubungan Masyarakat atau Biro Hubungan Masyarakat atau Bagian Hubungan Masyarakat, tergantung dari besar kecilnya organisasi dan luas sempitnya ruang lingkup yang dijangkau,

termasuk beberapa perusahaan swasta mulai menempatkan bagian humas di dalam organisasi usahanya.

Pada *public relations* melekat dua aspek yang hakiki yang tidak bisa tidak ada, yang artinya kedua aspek hakiki tersebut ada dalam *public relation*. Kedua aspek tersebut adalah: pertama sasarannya adalah publik internal (*internal public*) dan publik eksternal (*external public*), dan yang kedua adalah adanya komunikasi dua arah dan timbal balik (*reciprocal two way traffic communication*) (Effendy, 1993:110).

Kedudukan Humas Dalam Organisasi

Fungsi hubungan masyarakat (humas) diharapkan berhasil kalau berada di bawah pimpinan atau mempunyai hubungan langsung dengan pimpinan tertinggi (pengambil keputusan) pada organisasi bersangkutan. Artinya, fungsi humas dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik (dua arah) antara organisasi yang diakilinya dengan publik sebagai khalayak sasaran yang pada akhirnya dapat menentukan sukses tidaknya tujuan dan citra yang dicapai oleh organisasi yang bersangkutan. Hanya saja, tidak ada kedudukan dan struktur yang tetap disesuaikan dengan keadaan lingkungan organisasi itu sendiri. Grunig (1992) menyarankan struktur ideal bagi *public relation* adalah:

- a. Memiliki akses terhadap pembuatan keputusan.
- b. Kesatuan unit, fungsi public relation harus disatukan dalam departemen.

Sementara untuk desain struktur organisasi maka menurut Moore, 1981 *public relation* dipengaruhi oleh:

- a. Ukuran (size) perusahaan dan publik yang dilayani.
- b. Dana yang tersedia.
- c. Sasaran program public relations.

Secara garis besar (Grunig, 1992) menyatakan bahwa dalam menghadapi lingkungan publiknya terdapat 2 teori *system*, yaitu *open system theory* dan *closed system theory*.

Open system theory menyarankan bahwa fungsi *public relations* sebagai bagian dari sebuah sub sistem yang adatif, melihat publiknya sebagai yang dinamis. Oleh karena itu, kebijakan organisasi dan lingkungan yang dihadapinya tidak boleh melihat publik sebagai bagian yang statis. Sebuah sub sistem yang adatif mendeteksi perubahan dan ancaman pada organisasi, sehingga organisasi dapat bertahan dan tumbuh dalam lingkungannya. *Public system* berperan serta dalam ancaman dengan membuat proses *relations* sebagai bagian dari sub menjawab/mengantisipasi perubahan dan perencanaan yang sistematis rasional.

Humas dalam Pembentukan Citra

Pengertian citra adlah abstrak (intangible) dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi dampaknya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Citra yang baik dalam suatu organisasi akan mempunyai dampak yang

menguntungkan, sedangkan citra yang jelek akan mempunyai dampak merugikan organisasi.

Bernstein dalam Gronroos, *image* adalah realitas. Oleh karena itu program pengembangan dan perbaikan citra harus didasarkan pada realitas. Jika salah (citra tidak sesuai dengan realitas), dan kinerja baik, itu adalah kesalahan kita dalam berkominikasi. Jika citra itu benar dan merefleksikan kinerja kita yang jelek, itu berarti kesalahan kita dalam mengelola organisasi.

Pelayanan

Pelayanan sebagai kegiatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kegiatan yang demikian, mengasumsikan pelayanan merupakan kegiatan yang dapat dilihat secara fisik maupun non fisik. Sebagaimana diungkapkan Kottler, bahwa: *"A service is any act of performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may not be tied to physical product"* (Kottler, 1997:464)

Pendapat yang sama dengan Kottler, Armstrong (1999:467) mendefinisikan jasa (pelayanan) adalah aktifitas/manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Sedangkan Supranoto (1997:239) menyatakan bahwa pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang serta lebih dapat dirasakan daripada dimiliki. Pelayanan dapat melekat pada kegiatan-kegiatan baik yang dapat dilihat secara fisik maupun tidak. Pernyataan yang sama juga dinyatakan, Juwono dkk (2003:14) menyatakan pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan/organisasi.

Konsep Strategi Komunikasi Kehumasan

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini ternyata berdampak pada komunikasi antar individu dalam organisasi. Keberhasilan suatu kegiatan komunikasi dapat ditentukan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah bagaimana strategi atau taktik komunikasi itu dijalankan. Robins dan Hasan (2005:43) mendefinisikan strategi sebagai penentu tujuan dari tujuan jangka panjang dan sasaran suatu organisasi.

Menurut Siagian (1986:16) strategi adalah cara yang terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan peralatan yang tersedia untuk memenangkan suatu peperangan. Strategi dalam pengertian disini adalah bagaimana melaksanakan suatu kegiatan secara efektif kaitannya dengan taktik operasional yang mempunyai orientasi efisien. Sedangkan Rosadi Ruslan (2000:31) mengemukakan bahwa strategi pada hakekatnya adalah suatu perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya. Pandangan lain mengemukakan bahwa strategi merupakan model perencanaan yang secara eksplisit dikembangkan oleh para manager

dengan mengidentifikasi arah tujuan, kemudian mengembangkan rencana tersebut secara sistematis dan terukur untuk mencapai tujuan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan penyajian data dilakukan secara kualitatif. Adapun fokus penelitian meliputi: Fungsi dan peran Penerangan Kodam VI/Mulawarman; Program-program layanan Penerangan; Strategi dan upaya peningkatan program-program layanan Penerangan Kodam VI/Mulawarman; Kelemahan atau kendala program layanan Penerangan Kodam VI/Mulawarman. Informan penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok, yang terdiri dari publik internal dan publik eksternal. *Kelompok pertama* atau publik internal adalah para personel/pejabat yang berada di dalam lingkungan Kantor Penerangan Kodam VI/Mulawarman. *Kelompok Kedua* adalah publik eksternal, yang dibagi menjadi 2 (dua) bagian. Bagian pertama adalah publik eksternal yang berasal dari masyarakat publik (pemangku kepentingan) yang berhubungan langsung dengan Penerangan Kodam VI/Mulawarman. Sedangkan bagian eksternal yang kedua adalah publik eksternal yang berasal dari kalangan media (wartawan), baik media tulis/cetak maupun elektronik, yang ada di wilayah Kota Balikpapan dan sekitarnya.

Fungsi dan Tugas Penerangan Kodam VI/ Mulawarman.

Penerangan Kodam VI/Mulawarman sebagai pengemban fungsi Penerangan merupakan ujung tombak dalam perang informasi. Agar dapat memenangkan perang informasi tersebut, mempunyai kesiapan dan mampu menjawab tantangan tugas saat ini dan kedepan. Penerangan Kodam VI/Mulawarman bertugas menyelenggarakan fungsi penerangan yang meliputi Penerangan Satuan, Penerangan Umum dan Penerangan Khusus serta Penulisan Strategis dalam rangka mendukung tugas Kodam VI/Mulawarman. Menurut Baskin dan Aronoff (Ngurah,1999:9), *"All managers, indeed, virtually all employees, represent their organization to some public"*. Public Relation sebagai fungsi komunikasi, perlu dipahami bahwa kegiatan utama Public Relation adalah melakukan komunikasi. Penerangan Kodam VI/Mulawarman sebagai fungsi staf khusus yang melayani Pangdam, khususnya dalam membantu dan menjembatani satuan berkomunikasi dengan publik.

Program-Program Layanan Penerangan Kodam VI/Mulawarman

Salah satu mekanisme yang sangat efektif, yang dapat digunakan oleh Penerangan Kodam VI/Mulawarman dalam membangun sinergi dengan publik adalah melalui jalinan hubungan baik dengan media massa, yang lazim kita dengan istilah media relation (hubungan media). Media relation dapat dimaknai sebagai hubungan harmonis dan equal yang dibangun dan dikembangkan dengan media massa untuk menjangkau publik, guna meningkatkan citra, kepercayaan dan dukungan publik. Sehingga dengan itu tujuan dapat tercapai dengan baik.

Pentingnya membangun media relations tersebut, karena memang secara empirik Penerangan Kodam VI/Mulawarman membutuhkan dukungan media massa. Mengingat adanya perbedaan kepentingan yang sangat signifikan antara media massa, publik, dan organisasi, maka disinilah pentingnya kita membangun media relation yang baik dengan media massa, agar kita dapat menegosiasikan dan menyeimbangkan kepentingan kita dengan publik dan tentunya juga dengan pihak media massa itu sendiri. Melalui media relation yang baik Kodam VI/Mulawarman dapat memelihara dan dapat meningkatkan citranya, membangun kepercayaan publik, meningkatkan *point sub porting*, membantu institusi keluar dari permasalahan dan meningkatkan relasi dengan beragam publik eksternalnya.

Semakin luasnya akses informasi yang didapat publik dari pemberitaan media massa yang berkaitan dengan peran yang didedikasikan oleh Penerangan Kodam VI/Mulawarman untuk publik, maka akan semakin kuat ikatan saling pengertian dan kepercayaan publik terhadap Kodam VI/Mulawarman. Hal ini sangat penting diwujudkan oleh Kodam VI/Mulawarman, karena ikatan saling pengertian kepercayaan dan dukungan publik merupakan roh kehidupan dan kelanjutan khususnya Kodam VI/Mulawarman dan institusi TNI AD pada umumnya.

Dalam rangka meningkatkan hubungan antara Penerangan Kodam VI/Mulawarman dengan kalangan media massa, Penerangan Kodam VI/Mulawarman menerapkan beberapa cara yang bersifat interaktif seperti : Menyiapkan apa dan kapan saja bila wartawan meminta konfirmasi; Menciptakan *contact person* dengan rekan-rekan- wartawan di lapangan; Menciptakan kondisi bahwa wartawan adalah mitra kerja; Mengupayakan mengenal mereka secara lebih personal; Melakukan kontak rutin, meskipun hanya sekedar sapa menyapa terkait kabar terkini; Mengupayakan menyampaikan informasi secara informal kepada wartawan, sebelum informasi resmi dilansir ke media massa; Tidak membebani wartawan dengan “ memaksa “ agar berita satuan kita masuk pada halaman tertentu pada jam tertentu; Memelihara pertukaran informasi yang terbuka dan realistis dengan media, namun tetap memperhatikan aspek keamanan berita.

Program media relations yang dilakukan oleh Penerangan Kodam VI/Mulawarman meliputi 2 jenis kegiatan utama yaitu:

Kegiatan penulisan dalam media relation.

- 1) Penulisan *press release* yaitu informasi tertulis yang dikeluarkan oleh satuan Penerangan Kodam VI/Mulawarman untuk dipublikasikan di media. Dengan pemuatan *press release* ini akan memperoleh publisitas sehubungan dengan event atau kegiatan yang diselenggarakan.
- 2) Penulisan *Feature* yaitu *Feature* adalah tulisan hasil reportase (peliputan) satuan mengenai suatu kegiatan yang dilaksanakan atau peristiwa yang bersifat memberikan informasi, mendidik, menghibur, meyakinkan, serta menggugah

simpati atau empati pembaca. Penulisan feature itu lebih santai dan fleksibel. Selain itu, feature lebih bersifat subyektif (tersirat opini) sehingga opini itu tersamar dalam pelukisan suasana, penggunaan contoh-contoh, serta penyertaan nara sumber pilihan yang dapat dipertanggungjawabkan kredibilitasnya, sehingga menarik perhatian khalayak media.

3) Penulisan artikel yaitu mengirim segala bentuk tulisan di Media massa, baik opini, esai, kolom dan lain sebagainya yang isinya sesuai dengan misi Kodam VI/Mulawarman, sebagai insitusi Bhayangkari bangsa dan Negara.

4) Tulisan *Advertorial* yaitu penulisan iklan tentang satuan kita atau aktivitasnya dalam bentuk seperti berita.

5) Penulisan surat pembaca yaitu kegiatan untuk menginformasikan segala sesuatu lewat kolom pembaca yang disediakan ruangan oleh media cetak atau sebagai umpan balik (jawaban) bagi publik yang menulis tentang institusi TNI AD. Jawaban surat pembaca yang baik ditulis dengan kalimat-kalimat simpatik dan tidak emosional.

Kegiatan Nonpenulisan

1) Konferensi pers yaitu kegiatan mengundang wartawan untuk berdialog dengan materi yang telah kita siapkan secara matang, sedangkan sasaran pertemuan itu adalah pemuatan informasi dimedia massa dengan perantara watawan yang diundang.

2) Press briefing/jumpa pers rutin. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan satuan kepada media, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan wartawan. Bedanya dengan konferensi pers, press brifing dilakukan secara rutin bahkan dilakukan untuk hal-hal kecil sepanjang memiliki nilai berita.

3) *Special event* yaitu dengan menyelenggarakan kegiatan khusus yang melibatkan media misalnya menjadi sponsor, lomba penulisan jurnalistik, menyelenggarakan pertandingan olahraga antara satuan dengan wartawan, dan sebagainya.

4) Wawancara yaitu pertemuan wartawan dan nara sumber untuk menggali informasi atau mengklarifikasi berbagai persoalan, baik menyangkut institusi, misi maupun aktivitas satuan kita.

5) Kunjungan ke kantor media massa, yaitu melakukan kunjungan ke kantor media massa dengan tujuan untuk menjalin hubungan kerjasama, mengetahui seluk beluk kerja media, atau untuk menginformasikan segala sesuatu tentang organisasi isu yang kita angkat dan aktifitas yang telah / akan kita lakukan.

6) Undangan peliputan. Yaitu mengundang wartawan untuk melakukan reportase/meliput acara yang kita selenggarakan. Wartawan diharapkan melihat langsung kegiatan yang berlangsung.

7) *Press Luncheon* dimana satuan mengadakan jamuan makan bagi para wakil media/ wartawan sehingga pada kesempatan ini pihak media bisa

bertemu dengan pimpinan satuan guna mendengarkan perkembangan satuan kita.

8) *Press tour* yaitu mengajak kalangan wartawan berkunjung kesuatu lokasi baik yang berada di lingkungan satuan TNI AD maupun ke tempat atau lokasi yang memiliki kaitan dengan kiprah satuan tersebut, missal desa binaan hasil program TMMD, TMKK, dan sebagainya.

Dengan beberapa kegiatan ini diharapkan dapat membangun hubungan yang positif dan lebih baik dengan kalangan media sehingga keberadaan TNI AD khususnya Kodam VI/Mulawarman mendapat dukungan yang simpatik dari masyarakat, sehingga dapat mewujudkan visi dan misi satuan.

Strategi dan Upaya Peningkatan Program Program Layanan Penerangan Kodam VI/Mulawarman.

Kodam VI/Mulawarman dalam melaksanakan tugas pokok, peran dan fungsinya perlu didukung oleh publikasi guna menunjukkan eksistensinya kepada masyarakat sehingga berbagai kegiatannya dapat diketahui dan lebih dari itu diharapkan terbentuknya opini yang positif baik dimasyarakat. Selain itu pula pembentukan Citra bagi TNI AD menjadi penting mengingat untuk menunjukkan kepada masyarakat luas mengenai gambaran tentang realitas TNI AD yang ada di wilayah Kodam VI/Mulawarman melaksanakan tugasnya dalam menjaga keutuhan nasional. Dengan upaya maksimal mempublikasikan seluas-luasnya tentang keberhasilan Kodam VI/Mulawarman dalam melaksanakan tugas pokok dan tugas-tugas lainnya, diharapkan berdampak kepada semakin meningkatnya citra positif TNI AD diseluruh lapisan masyarakat.

Informasi yang diterima melalui media dapat membentuk sebuah citra dan melalui media pula suatu peristiwa dapat menjadi besar atau sebaliknya. Media dapat mempengaruhi pemikiran-pemikiran tentang Politik, keamanan, lingkungan maupun tentang HAM. Keberadaan media menjadi penting sehingga bila media tidak hadir, seolah-olah tidak ada konflik dan terkadang pihak-pihak yang berkonflik memanfaatkan media dan disalahgunakan untuk kepentingan tertentu.

Begitu efektifnya pemanfaatan media dalam pembentukan maupun peningkatan citra atau sebaliknya, maka Penerangan Kodam VI/Mulawarman harus mengambil keuntungan atas keunggulan media massa dalam peningkatan citra positif. Dalam pelaksanaan paradigma baru TNI kaitannya dengan era informasi, maka Penerangan Kodam VI/Mulawarman harus memanfaatkan peranan media massa untuk kepentingan Kodam VI/Mulawarman sebagai kekuatan pertahanan dan keamanan di wilayahnya. Ancaman di era globalisasi salah satunya adalah ancaman informasi dengan kemajuan teknologi yang dari waktu ke waktu terus berkembang, maka pemanfaatan media massa adalah suatu keharusan yang mutlak dilakukan Penerangan Kodam VI/Mulawarman yang kemudian didukung dengan Dinas Penerangan Angkatan Darat.

Mengambil keuntungan dari keunggulan media massa untuk menerima manfaat besar dalam membangun citra positif bagi TNI AD, maka peran media massa menjadi penting dan harus secara terus menerus dimanfaatkan. Oleh karenanya diperlukan kebijakan strategis yang baik dalam pengelolaannya, baik secara intern melalui penguasaan dan pemanfaatan media massa maupun mengoptimalkan kinerja dalam pengelolaan hubungan dengan media massa pemerintah maupun swasta. Beberapa upaya yang mendasari sebagai strategi membangun citra positif TNI AD di wilayah Kodam VI/Mulawarman yaitu :

- a. Profesionalisme pengelolaan bidang media massa di lingkungan Penerangan Kodam VI/Mulawarman melalui pembinaan dan pola rekrutmen personel. Hal ini menjadi penting mengingat personel yang direkrut harus memiliki kemampuan suatu disiplin ilmu atau spesialisasi media massa. Sementara dalam pembinaannya diselenggarakan secara sistematis, terukur dengan pola yang konsisten serta terintegrasi melalui pelatihan guna meningkatkan profesionalisme.
- b. Perlu adanya peningkatan kualitas peralatan (kamera foto, kamera video, editing) dan kualitas produk produk media baik cetak maupun elektronik (majalah, photo, film, media on line), sehingga mampu mengimbangi dengan media massa lainnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Untuk meningkatkan kualitas dan memelihara kesinambungannya maka diperlukan kerjasama dengan pihak lain.
- c. Membina pola hubungan kerjasama dengan media massa yang senantiasa didasari kesetaraan, kejujuran, keterbukaan dan saling menghormati atas peran dan fungsi masing-masing atas dasar profesionalisme. Hal ini menjadi penting guna adanya kesinambungan dalam pembentukan citra positif bagi TNI AD melalui berbagai kegiatan dan informasi maupun kebijakan Kodam VI/Mulawarman yang harus diketahui oleh masyarakat sebagai bagian dari pendukung pembangunan nasional.
- d. Meningkatkan pemanfaatan media massa melalui media televisi seiring dengan semaraknya lahirnya siaran televisi swasta. Media massa televisi ini menjadi upaya tersendiri dalam membangun citra positif TNI AD di wilayah Kodam VI/Mulawarman, dengan penayangan berupa berita-berita kegiatan Kodam VI/Mulawarman maupun acara lain seperti acara Reality show, wawancara, film pendek atau acara lainnya.

Dengan demikian bahwa dalam membentuk citra Kodam VI/Mulawarman melalui media massa harus dilakukan untuk saat ini dan masa yang akan datang, karena sudah menjadi suatu kebutuhan, namun dalam pelaksanaannya tentu saja dibutuhkan beberapa upaya perbaikan dan peningkatan yang menyangkut bidang personel, produk satuan dan sarpras dalam menunjang pelaksanaan tugas Penerangan Kodam VI/Mulawarman. Saat ini juga Penerangan Kodam VI/Mulawarman sudah memiliki stasiun Radio (Pro Nam Radio) yang digunakan untuk menyampaikan kegiatan yang dilakukan oleh Kodam VI/Mulawarman. Selain itu untuk meningkatkan

profesionalismenya, diperlukan pula adanya kerjasama yang lebih utuh dan permanen antara Penerangan TNI AD dengan pihak media massa baik cetak maupun elektronika. Juga dibutuhkan adanya peningkatan kualitas SDM prajurit Penerangan yang dapat dilakukan dengan meningkatkan pengetahuan mereka melalui pendidikan, latihan, penataran maupun seminar dibidang penerangan serta penyempurnaan terhadap buku-buku petunjuk dan pengadaan buku-buku referensi lain yang dapat menunjang pelaksanaan tugas Penerangan TNI AD.

Kelemahan dan Kendala Program Layanan Penerangan Kodam VI/Mulawarman.

Di era reformasi perang informasi dan perang opini melalui media sesuai fungsinya mempunyai dampak yang signifikan terhadap pembentukan citra. Media mampu membangun opini publik terhadap citra suatu institusi/lembaga atau sebaliknya. Pembentukan citra melalui media massa menjadi penting mengingat beberapa fungsi yang dimiliki media yaitu Fungsi menyiarkan (*to inform*), mendidik (*to educated*), pendidikan massa (*mass education*), menghibur (*to entertain*) dan terakhir fungsi mempengaruhi (*to influence*). Fungsi terakhir ini menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat seperti mempengaruhi persepsi, pandangan nilai citra (*image*), opini publik dan sebagainya.

Harus diakui bahwa media massa yang dioptimalkan pemanfaatannya dapat mendukung berbagai kebijakan baik Pemerintah maupun Institusi atau suatu lembaga tertentu dalam mensosialisasikan programnya sekaligus sebagai upaya pembangunan citra positif .

Mencermati keunggulan yang dimiliki secara khusus oleh media massa dan secara umum dengan adanya perkembangan teknologi informasi, bagi Penerangan Kodam VI/Mulawarman adalah kesempatan untuk mengoptimalkan pemanfaatannya. Ada peluang yang dapat diambil dari kondisi yang berkembang saat ini, karena perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan seluas-luasnya oleh Penerangan Kodam VI/Mulawarman untuk membangun dan mengembangkan dirinya dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya.

Selain adanya peluang juga kendala yang harus dihadapi oleh Penerangan Kodam VI/Mulawarman adalah menyikapi kemajuan teknologi informasi dengan yang masih terbatas dan dibatasi oleh berbagai kebijakan. Sementara itu pula kemajuan teknologi informasi sampai saat ini belum menjadi bagian yang didudukkan sesuai dengan porsinya. sehingga bagi Penerangan Kodam VI/Mulawarman sebagai bagian yang turut bertanggungjawab dalam pemanfaatan teknologi informasi, sampai saat ini belum mampu bekerja secara optimal dalam upaya peningkatan citra positif melalui pemanfaatan media massa.

Beberapa faktor eksternal yang mendasari belum optimalnya dalam pemanfaatan media massa yaitu kurangnya partisipasi media massa dalam pemberitaan TNI AD sesuai harapan, belum terbangunnya hubungan psikologis antara TNI AD dan media massa serta adanya kepentingan subjektif media massa khususnya pemilik media massa yang terkadang kurang menguntungkan bagi TNI AD.

Faktor lain secara internal yaitu masih kurangnya profesionalisme di bidang pengelolaan bidang media massa oleh Penerangan Kodam VI/Mulawarman yang meliputi Sumber Daya Manusia dan peralatan teknologi informasi yang setiap waktu terus berkembang dengan cepat dan dinamis. Sementara untuk mendukung terselenggaranya operasi penerangan dengan prinsip mengutamakan kecepatan, ketepatan, dan kualitas materi penerangan yang berbasis teknologi digital, maka unsur Penerangan Kodam VI/Mulawarman harus memiliki alat penerangan dengan jenis jumlah dan syarat-syarat teknis tertentu sesuai dengan standar dengan pengelolaan yang profesional.

Untuk menjawab berbagai kendala serta memanfaatkan peluang yang ada, maka sejumlah upaya membangun citra yang positif bagi TNI AD di wilayah Kodam VI/Mulawarman harus dilakukan. Melihat kondisi yang ada sekarang ini maka beberapa hal yang mendesak adalah perlunya optimalisasi pemanfaatan media massa guna terciptanya citra positif bagi TNI AD, melalui profesionalisme pengelolaan media massa.

Kesimpulan

- a. Penerangan Kodam VI/Mulawarman mempunyai fungsi sebagai sumber informasi dan publikasi dalam mengkoordinasikan program kerja yang dijalankan. Fungsi ini berjalan melalui kerjasama dengan wartawan berkaitan dengan usaha mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat. Kerjasama dua pihak ini akan menguntungkan satu sama lain.
- b. Kedudukan Penerangan Kodam VI/Mulawarman mempunyai pengaruh terhadap berbagai pengambilan keputusan, demikian juga terhadap berbagai program layanan yang ada baik untuk kegiatan internal maupun eksternal.
- c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai program layanan Penerangan Kodam VI/Mulawarman belum terlaksana dengan baik. Program layanan yang berjalan hanya di *media relations*. Kekurangan prasarana dan minimnya sarana informasi dan komunikasi merupakan kendala utama dalam pelaksanaan berbagai program penerangan.
- d. Belum terlaksananya dengan baik berbagai program disebabkan karena keterbatasan untuk mendapatkan berbagai akses informasi tentunya berdampak terhadap pencitraan.

- e. Strategi peningkatan Penerangan Kodam VI/Mulawarman dilakukan melalui pelatihan dan penataran serta pendidikan guna peningkatan keahlian para personel, sebagai upaya pembenahan sumberdaya manusia. Strategi program terbagi atas program layanan untuk kepentingan publik internal maupun publik eksternal. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah. Selain untuk membentuk citra positif satuan serta juga membantu memperlancar tugas pokok satuan di lingkungan Kodam VI/Mulawarman.
- f. Operasional teknis pelayanan Penerangan Kodam VI/Mulawarman dalam melayani publiknya, baik publik internal dan publik eksternalnya, ternyata belum memberikan hasil yang maksimal.

Saran-saran

- a. Mengharapkan Penerangan Kodam VI/Mulawarman lebih peduli kepada media yaitu dengan mengetahui dan memahami keinginan, sikap, reaksi, hingga keluhan dari wartawan.
- b. Sebaiknya disediakan juga media atau sarana yang menampung aspirasi dari para wartawan, misalnya berupa kotak saran, sehingga memudahkan wartawan yang ingin menyampaikan saran maupun kritik.
- c. Untuk menghindari penulisan dalam mempublikasikan informasi kepada masyarakat lewat media, diharapkan kepada Penerangan Kodam VI/Mulawarman selalu menyiapkan *press release* yang dapat menjadi pegangan bagi wartawan.
- d. Disarankan Kodam VI/Mulawarman menyiapkan beberapa sarana pendukung Penerangan dan menambah anggaran sehingga dalam melaksanakan tugas pokoknya, Penerangan Kodam VI/Mulawarman dapat melaksanakan tugasnya secara baik dan professional dalam mendukung tugas pokok satuan.

Daftar Pustaka

- Canfield, R. Bertrand and Moore, Frazier, 1973, *Public Relations: Principles, Cases and Problem*, Sixth edition, Illinois, USA: Richard D. Irwin Inc.
- Efendy, Onong Uchjana, 1993, *Human Relations and Public Relations*, Jakarta, Mandar Maju.
- _____, 1984, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Grunig, James E, 1992, *Excellency in public Relations and Communications Management*, New Jersey, Lawrence Elbaum Association Publisher.

- Hasan, Erlena, 2005, *Komunikasi Pemerintah*, Bandung, Refika Aditama.
- Juwono, Hadita Hadi, Budiharto Sanusi, dan Nini Tanjung, 2003, *Jangan Sekedar Service*, Jakarta, Intisari Mediatama.
- Kotler, Philip, 1997, *Marketing Management: analysis, Planning, Implementation And Control*, edisi ke lima, New Jersey, Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong, 2003, *Principles of Marketing*, Ted. Alexanander Sindoro, Jakarta, Prenhallindo.
- Moor, Frazier, 1981, *Public Relation, Principles Case and Problem*, Home Wood Richard P, New York, Irwin, Inc.
- Rahmadi, F, 1994, *Public Relations dalam Teori dan Praktek*, Jakarta, Gramedia.
- Ruslan, Rosady, 1994, *Seri Management Public Relations I*, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- _____, 1999, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- _____, 2000, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation* Edisi Revisi, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Siagian, Sondang, 1986, *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, Jakarta, Gunung Agung.
- Supranoto, J, 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta Rineka Cipta.