

## **AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* DALAM INSTITUSI TENTARA NASIONAL INDONESIA ANGKATAN LAUT (STUDI: PENYELENGGARAAN KEGIATAN OPEN SHIP KRI SPICA-934 SATSURVEI PUSHIDROSAL)**

Erna Febriani

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul  
Jl. Arjuna Utara No. 9 Kebon Jeruk, Jakarta 11510  
erna.febriani@esaunggul.ac.id

### **Abstract**

*The importance of Public Relations activity has been realized by the government's non-profit organization today. Theoretically, PR activity can be used by organizations to define the brand's "brand" to produce a good reputation. In addition, Public Relations activities can help organizations develop communication channels to internal and external public and provide motivation to the internal public (members of the institution) to jointly devote themselves to the mission, goals and objectives of the institution. Based on that reason, researchers want to know whether the Navy as a non-profit government agencies using Public Relations activities and perform four stages of public relations to help improve its image in the public. Researcher conducted explorative qualitative research related to open ship activity on KRI Spica 934 which according to researcher assumption conducted as Public Relations activity from Satsurvei Pushidrosal. The theories that used to dissect this problem are the theory of function and process of Public Relations.*

**Keywords:** *public relations non profit, image, Indonesian navy*

### **Abstrak**

Pentingnya aktivitas *Public Relation* setelah disadari oleh organisasi non profit pemerintah saat ini. Secara teori, aktivitas PR dapat digunakan organisasi untuk mendefinisikan "*brand*" institusi sehingga menghasilkan reputasi baik. Selain itu, aktivitas *Public Relations* dapat membantu organisasi mengembangkan saluran komunikasi terhadap publik internal maupun eksternal dan memberikan motivasi kepada publik internal (anggota lembaga) agar secara bersama mengabdikan diri untuk misi, tujuan dan sasaran lembaga. Berangkat dari hal tersebut, peneliti ingin mengetahui apakah TNI AL sebagai lembaga non profit pemerintah menggunakan aktivitas *Public Relations* dan melakukan empat tahapan kerja PR untuk membantu meningkatkan citranya di mata publik. Peneliti melakukan penelitian kualitatif eksploratif terkait kegiatan *open ship* pada KRI Spica 934 yang menurut asumsi peneliti dilakukan sebagai aktivitas *Public Relations* dari Satsurvei Pushidrosal TNI AL. Teori yang digunakan untuk membedah permasalahan ini adalah teorifungsi dan tahapan proses kerja *Public Relations*. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi TNI AL dalam meningkatkan kualitas aktivitas *Public Relations* melalui kegiatan *open ship*.

**Kata kunci:** *public relations non profit, citra, TNI AL*

## **Pendahuluan**

Sejatinya, aktivitas *Public Relations* tidak hanya dibutuhkan oleh individu atau organisasi profit saja, dalam era informasi saat ini lembaga pemerintahan sudah sangat menyadari kebutuhan akan pentingnya dukungan publik untuk menjaga kredibilitas dan reputasinya. *Public Relations* diperlukan untuk melakukan pendekatan kepada publik agar tercipta saling pengertian antara lembaga dengan publiknya. Seperti yang dikemukakan oleh Cutlip and Center dalam Effendy (2009:116), *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. Sehingga dalam hal ini aktivitas *Public Relations* digunakan oleh organisasi untuk meraih dukungan dan simpati publik.

*Public Relations* memiliki fungsi menunjang keberhasilan suatu perusahaan atau intitusi. Menurut Cutlip & Center dalam (Kriyantono 2004:18) *Public Relations* memiliki fungsi sebagai berikut:

- a) Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi.
- b) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan memberikan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan atau lembaga
- c) Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan publik.
- d) Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik baik internal maupun eksternal.

Sehingga dalam hal ini aktivitas *Public Relations* dilakukan oleh lembaga untuk meningkatkan hubungan baik dan saling pengertian antara lembaga dengan publiknya.

Dalam perencanaannya menurut teori, setiap aktivitas *Public Relations* mengalami empat tahapan proses kerja seperti yang dikemukakan oleh Scott M Cutlip dan Allen H. Center dalam Firsan Nova: 25 yaitu:

1. *Fact Finding* : Mendefinisikan permasalahan yang dilakukan melalui penelitian dengan menganalisa situasi berupa pemahaman, opini, sikap dan perilaku publik terhadap lembaga.
2. *Planning* : Berdasarkan pada rumusan masalah, dibuat strategi perencanaan dan pengambilan keputusan untuk membuat program kerja berdasarkan kebijakan lembaga yang juga disesuaikan dengan kepentingan publik
3. *Communicating* : Dalam tahap ini *Public Relations Officer* harus mengkomunikasikan pelaksanaan program sehingga mampu mempengaruhi sikap publiknya yang mendorong mereka untuk mendukung pelaksanaan program tersebut.
4. *Evaluating* : Tahap ini melakukan penilaian terhadap hasil-hasil pelaksanaan program dari perencanaan, pelaksanaan program, pengkomunikasian, sampai keberhasilan atau kegagalan yang terjadi dari program tersebut. Empat tahapan ini harus dilalui oleh lembaga untuk merancang aktivitas PR demi terciptanya tujuan PR yang diharapkan.

Meskipun aktivitas *Public Relations* sering dikaitkan dengan aktivitas bisnis yang berorientasi untuk mencari keuntungan. Pada kenyataannya, seiring meningkatnya dinamika perubahan masyarakat, *Public Relations* tidak terbatas kepada organisasi profit namun juga sudah menyentuh kepada organisasi non profit. Dari perspektif Humas, organisasi non profit dibagi menjadi dua macam, yaitu: Organisasi non profit pemerintah dan bukan pemerintah.

Organisasi non profit pemerintah adalah organisasi yang kegiatan operasionalnya dibiayai pemerintah atau negara meliputi lembaga atau badan pemerintah, departemen atau kementerian, lembaga negara, komisi independen dan lain sebagainya. Sedangkan organisasi non profit bukan pemerintah adalah organisasi yang kegiatan operasionalnya tidak tergantung pada bantuan pemerintah seperti partai politik, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), organisasi kemasyarakatan (ormas) dan organisasi keagamaan (Prita, 2014)

Pada organisasi non profit pemerintah, peran *Public Relations* adalah sebagai pendefinisi *brand* institusi sehingga menghasilkan reputasi baik, mengembangkan saluran komunikasi terhadap publik internal maupun eksternal serta memberikan motivasi kepada publik internal (anggota lembaga) agar secara bersama mengabdikan diri untuk misi, tujuan dan sasaran lembaga.

Sehingga dalam hal ini publik memiliki posisi yang cukup penting dalam proses dinamisasi organisasi. Hal tersebut patut dipahami oleh lembaga negara, tidak terkecuali untuk Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut (TNI AL). Aktivitas *Public Relations* dibutuhkan TNI AL untuk meningkatkan citra positif, kepercayaan dan reputasi lembaga di mata masyarakat. Kemampuan *Public Relations* pada tubuh TNI AL juga diperlukan untuk mencapai tujuan membangun hubungan baik, saling memahami dan saling pengertian dengan publik.

Pentingnya aktivitas *Public Relations* di tubuh TNI AL telah disadari oleh lembaga tersebut, seperti yang dikemukakan oleh Kepala Dinas Penerangan TNI AL, Laksamana Pertama TNI Manahan Simorangkir yang menyatakan bahwa kemampuan *Public Relations* TNI AL perlu ditingkatkan (Sukoyo, 2015). Aktivitas PR tidak hanya

menghasilkan reputasi yang baik terhadap publik eksternal tapi juga berperan dalam menciptakan motivasi untuk anggota dalam mengabdikan diri kepada institusi sesuai dengan isi dari Sapta Marga dan 8 Wajib TNI.

Kesadaran akan peran *Public Relations* di tubuh TNI AL terlihat dari banyak sekali aktivitas untuk publik eksternal yang telah dilakukan oleh TNI AL seperti kegiatan *Open Ship* kapal-kapal TNI AL, kerjasama dengan praktisi dan akademisi, publikasi di media *online* internal (milik TNI AL) seperti situs [www.tnial.mil.id](http://www.tnial.mil.id), yang dilengkapi dengan 37 situs terkait (Koarmatim, Koarmabar, Kolinlamil, Pushidrosal, dan lain sebagainya), publikasi di media cetak internal seperti majalah Cakrawala dan majalah Marinir. Tak hanya itu, TNI AL juga menjalin hubungan baik dengan awak media nasional dan mendapatkan publikasi yang luas dari media massa baik cetak, elektronik maupun *online* dalam setiap kegiatannya.

Pada penelitian ini, peneliti membatasi penelitiannya tentang aktivitas *Public Relations* berupa kegiatan *open ship* pada Satuan Survei Pusat Hidro Oseanografi AL (Satsurvei Pushidrosal) khususnya pada KRI SPICA 934. Objek penelitian ini dipilih karena KRI Spica merupakan kapal baru yang dimiliki Indonesia dan memiliki kecanggihan yang dapat mendukung kinerja TNI AL serta publik eksternal khususnya bidang survei dan penelitian laut. Kapal ini juga dibeli untuk mendapatkan kemutakhiran data survei laut sebagai salah satu aspek dalam mewujudkan keinginan sebagai poros maritim dunia. Hal positif ini patut diketahui oleh publik sebagai faktor yang dapat membantu meningkatkan reputasi baik TNI AL.

Sekilas tentang Satsurvei Pushidrosal, yang merupakan Komando Utama Pembinaan TNI Angkatan Laut yang

berkedudukan langsung di bawah Kepala Staf Angkatan Laut. Pushidrosal bertugas menyelenggarakan pembinaan hidro-oseanografi (hidros) meliputi survei, penelitian, pemetaan laut, publikasi, penerapan lingkungan laut dan keselamatan navigasi pelayaran baik untuk kepentingan TNI maupun untuk kepentingan umum, serta menyiapkan data dan informasi wilayah pertahanan di laut dalam rangka mendukung tugas pokok TNI Angkatan Laut (sumber: [www.dishidros.go.id](http://www.dishidros.go.id))

Pushidrosal menghasilkan produk hidro oseanografi berupa peta kertas, peta elektronik, buku nautika, berita pelaut Indonesia, *Indonesian Notice to Marines* dan prakiraan cuaca. Pushidrosal memiliki 6 Kapal Perang Republik Indonesia (KRI) dan 3 Kapal Angkatan Laut (KAL). Salah satunya adalah KRI Spica-934 yang baru saja diresmikan pada tahun 2016 lalu merupakan kapal riset dan survei serta memiliki fungsi sebagai kapal patroli.

Kapal Bantu Hidro Oseanografi kedua milik TNI Angkatan Laut yang dibuat di galangan OCEA, Les Sables-d'Olonne, Perancis ini memiliki kecanggihan dan fungsi yang dapat menunjang misi survei bawah air hingga kedalaman 6000 meter. Dengan kecepatan maksimum 14 knots dan mampu menghadapi gelombang laut sampai level *sea state six* (Bisma, 2016).

Selain digunakan sebagai armada untuk keperluan survei bawah laut dan ikut menjaga keamanan wilayah laut Indonesia, sejak peresmianya, KRI SPICA 934 juga melakukan aktivitas untuk masyarakat berupa kegiatan *open ship* untuk pelajar, mahasiswa, dosen maupun pejabat pemerintah dan mendapatkan publikasi di media massa, baik cetak maupun elektronik sehingga peneliti berabsumsi bahwa KRI Spica melalui kegiatan *open ship* telah melakukan aktivitas dan fungsi *Public Relations* serta melakukan empat tahapan proses kerja *Public Relations* untuk

membantu meningkatkan citra positif TNI AL.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, bahkan populasi atau *sampling*nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Pada penelitian kualitatif yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2012).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif sendiri adalah penelitian yang bertujuan menggali secara luas tentang sebab akibat atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (Arikunto, 2016). Peneliti menggunakan metode eksploratif karena kegiatan *open ship* KRI Spica 934 belum diketahui secara pasti sebagai aktivitas *Public Relations* yang ditujukan untuk meningkatkan citra positif TNI AL. Peneliti ingin mengetahui apakah kegiatan *open ship* dan KRI Spica 934 ditujukan sebagai bentuk aktivitas PR yang digunakan untuk membentuk citra positif masyarakat terhadap TNI AL khususnya Satsurvei Pushidrosal.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara mendalam (*depth interview*) dimana periset melakukan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari 2 *key informan* yaitu: Komandan dan Perwira Pelaksana (Palaksa) atau wakil komandan KRI Spica dan untuk memperkuat hasil penelitian dilakukan pulapengambilan data dari studi pustaka dan *online*. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei-Juni 2017.

Pisau analisis penelitian ini menggunakan teori fungsi dan tahapan proses kerja *Public Relations* menurut Cutlip & Centre. Teori fungsi dan tahapan proses kerja *Public Relations* digunakan untuk mengetahui apakah kegiatan *open ship* KRI Spica-934 digunakan oleh Satsurvei Pushidrosal khususnya dan TNI AL pada umumnya sebagai aktifitas *Public Relations* untuk meningkatkan citra TNI AL di mata publik.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Kegiatan *Open Ship* KRI SPICA 934 Sebagai Aktivitas *Public Relations***

KRI Spica 934 adalah Kapalsurvei tipe *Multi Purpose Research Vessel (MPRV)* buatan OCEA Perancis yang diluncurkan pada tanggal 3 Agustus 2015 serta pelaksanaan *Shipnaming* atau penamaan kapal dan *Commissioning* oleh Kepala Staf Angkatan Laut (KSAL) beserta Ibu pada tanggal 17 Oktober 2015 (sumber: situs Dispenal Mabesal).

*Open Ship* merupakan kegiatan membuka kesempatan kepada masyarakat untuk berkunjung, melihat dan merasakan kedekatan dengan kapal dan personil Angkatan laut. Kegiatan ini dilaksanakan oleh KRI Spica 934 sejak tahun 2015. Kegiatan *open ship* kapal survei ini pertama kali dilaksanakan saat singgah di *Port of Malaga-Spanyol* dalam Operasi Penyeberangan dari Pelabuhan Les Sables D'olonne-Perancis menuju Pelabuhan Tanjung Priok-Indonesia di bawah pimpinan Letkol Laut (P) Anom Hascaryo, ST pada bulan November 2015, dalam kegiatan ini warga lokal diberi kesempatan untuk melihat kecanggihan peralatan survei, senjata dan navigasi. Tujuan kegiatan *open ship* di dunia internasional ini adalah untuk memperkenalkan kebudayaan Indonesia sekaligus melaksanakan misi diplomasi (sumber: situs Dispenal Mabesal). Masyarakat diberikan kesempatan melihat dan mengamati kecanggihan kapal survei tipe *MPRV* ini

sekaligus mengajukan pertanyaan dan mendapat informasi tentang kecanggihan dan fungsi kapal ini dari pimpinan KRI Spica 934.

Menurut Palaksa KRI Spica, kegiatan ini dilaksanakan atas kebijakan pimpinan TNI AL. Kegiatan *open ship* dapat dilakukan atas perintah institusi maupun permohonan dari masyarakat. TNI AL membuka kesempatan kepada masyarakat untuk mengunjungi kapal-kapal milik TNI AL untuk kepentingan ilmu pengetahuan maupun kepentingan sosial berdasarkan prosedur dan ijin yang diberikan oleh institusi. Kegiatan *open ship* tidak hanya dilaksanakan untuk masyarakat lokal namun juga diperuntukkan bagi masyarakat internasional khususnya ketika melakukan sandar di negara lain. Kegiatan *open ship* di KRI Spica 934 secara umum memiliki tiga tujuan: *pertama*, mendekatkan diridan menumbuhkan kembangkan semangat kebaharian kepada masyarakat. Kedua, memperkenalkan KRI Spica 934 dan Pushidrosal khususnya dan TNI Angkatan Laut pada umumnya kepada masyarakat lokal maupun internasional. Ketiga, meningkatkan citra positif dan hubungan baik dengan masyarakat sehingga tercipta reputasi yang baik, dan hal ini diharapkan mampu meningkat citra TNI Angkatan Laut sebagai institusi pertahanan laut di mata publik.

Melalui kegiatan *open ship*, masyarakat dapat menjalin komunikasi langsung dengan anggota dan pejabat KRI Spica, melihat kerja alat dan kecanggihan teknologi kapal, mengajukan pertanyaan dan mendapatkan penjelasan melalui pejabat kapal sesuai dengan departemennya masing-masing. Sebagai media komunikasi lain yang mendukung kegiatan *open ship*, KRI Spica juga telah memiliki *video profile* yang akan diputar pada saat *open ship* berlangsung. Hal ini dilakukan untuk menumbuhkan *good relations* atau hubungan baik dengan masyarakat umum

khususnya generasi muda. Tujuan-tujuan ini sesuai dengan beberapa fungsi PR yang dikemukakan oleh Cutlip and Center yaitu:

- a) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan memberikan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan atau lembaga. Hal ini diimplementasikan dalam bentuk forum komunikasi yang dilakukan pada saat berlangsungnya kegiatan *open ship*. Selain penjelasan terkait kecanggihan dan kegunaan kapal sebagai alat survei dalam forum komunikasi ini masyarakat diberi kesempatan bertanya dan memberikan masukan tentang hal-hal kebaharian. Forum komunikasi yang dilakukan tidak hanya bersifat *one way communications* atau komunikasi satu arah namun bersifat interaktif, dengan tujuan agar masyarakat mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
- b) Melayani publik, dalam hal ini melayani kebutuhan akan informasi dan ilmu pengetahuan kelautan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Keinginan tauhan dan kebutuhan akan informasi tersebut akan didapatkan pada saat kegiatan berlangsung, dalam kegiatan *open ship* masyarakat mendapatkan pelayanan berupa informasi dan juga *hospitality* berupa jamuan makan dan untuk *special open ship* akan diberikan beberapa kegiatan khusus berupa pertunjukkan seni atau musik.
- c) Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik baik internal maupun eksternal. Sesuai fungsinya, kegiatan *open ship* merupakan media untuk membina hubungan yang harmonis antara anggota KRI dengan masyarakat, dibukanya kesempatan berkunjung dan melihat langsung kecanggihan armada yang baru saja dibeli oleh pemerintah Indonesia dua tahun lalu diharapkan mampu membuktikan kepada publik eksternal

bahwa TNI AL merupakan institusi yang ramah dan bersahabat dengan masyarakat. Tidak hanya menjalin hubungan harmonis dengan publik eksternal atau masyarakatnya, secara tidak langsung kegiatan *open ship* juga bertujuan untuk membina hubungan yang harmonis antar sesama anggota kapal. Kegiatan *open ship* ini juga bertujuan untuk meningkatkan motivasi publik internal yaitu anggota KRI Spica 934 untuk lebih berdedikasi untuk mengabdikan diri kepada masyarakat.

Tidak hanya itu, kegiatan tersebut juga dilakukan sebagai wadah menyampaikan informasi kepada masyarakat bahwa TNI Angkatan Laut memiliki kapal yang canggih untuk melakukan kegiatan hidro oseanografi meliputi survei, penelitian, pemetaan laut, publikasi, penerapan lingkungan laut dan keselamatan navigasi pelayaran. Kemutakhiran data survei laut ini diperlukan Negara Indonesia untuk mewujudkan cita-cita sebagai poros maritim dunia. Hasil dari penelitian hidro oseanografi yang dilakukan KRI Spica tersebut tidak hanya dapat digunakan untuk kepentingan TNI AL tapi juga untuk kepentingan umum dan hal ini patut diketahui oleh masyarakat.

Sehingga kegiatan yang dilakukan oleh TNI AL dalam bentuk *open ship* ini ditujukan salah satunya adalah untuk menjalankan fungsi *Public Relations* pada institusi Angkatan Laut. Kegiatan *open ship* merupakan kegiatan *Public Relations* yang diadakan secara berkala dan terstruktur untuk menjalin hubungan baik dengan publik.

### **Tahapan dalam Proses Pelaksanaan Kegiatan Open Ship**

Kegiatan *open ship* di KRI Spica 934 dilakukan dengan perencanaan yang matang. Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan sebelum dan setelah mengadakan kegiatan tersebut. Menurut hasil penelitian,

terdapat proses yang dilakukan oleh para pejabat KRI Spica sebelum mengadakan *open ship*. Tahapan pertama, dalam proses *planning* atau perencanaan, sebelum mengadakan kegiatan *open ship*, komandan menerima pemberitahuan dari pejabat terkait untuk mempersiapkan kegiatan disertai waktu, jenis kegiatan dan masyarakat yang akan hadir, di tahapan ini alur informasi dilanjutkan kepada Perwira Pelaksana yang bertugas menyiapkan perlengkapan dan kesiapan anggota masing-masing departemen. Perwira Pelaksana (Palaksa) mengadakan *briefing* kepada seluruh anggota, *briefing* tersebut untuk menginformasikan waktu, bentuk kegiatan dan publik yang akan diundang dalam *open ship*. Dalam *briefing* juga ditetapkan tugas dan tanggung jawab perwira dan anggota pada masing-masing departemen untuk menjadi pemandu yang menjelaskan beberapa lokasi terbuka yang dapat dikunjungi seperti: anjungan, haluan, geladak kanan kiri, buritan dan *lounge room*. Dalam proses perencanaan ini Palaksa menentukan jenis kegiatan berdasarkan publik yang akan berkunjung tergantung pada jenis kebutuhan informasi dan kelas usia. Sebagai contoh, *open ship* untuk kalangan akademisi (dosen atau mahasiswa) difokuskan pada teknologi, data dan alat survei serta kemampuan kapal secara khusus dan mendalam, untuk *open ship* dengan audiens siswa sekolah maka kegiatan fokus untuk mengenalkan senjata dan kemampuan kapal secara umum, untuk siswa sekolah biasanya kegiatan *open ship* disertai dengan kegiatan hiburan berupa permainan, tanya jawab masalah kelautan dan pembuatan yel-yel (sorakan). Setelah melaksanakan proses perencanaan dan memastikan seluruh anggota memahami tugas dan tanggung jawab, Palaksa memberikan laporan kesiapan kepada komandan.

Tahapan selanjutnya adalah *communicating* atau proses komunikasi,

baik kepada pihak internal maupun eksternal. Tahap komunikasi internal (kepada anggota kapal dan pejabat terkait di lingkungan Pushidrosal) dilakukan untuk berkoordinasi serta mengecek kembali kesiapan dan materi yang akan dibawa oleh pemandu pada masing-masing lokasi. Tahap komunikasi ini selain dilakukan kepada masyarakat yang ikut dalam kegiatan *open ship* juga dilakukan kepada media baik lokal, nasional maupun internasional untuk melakukan peliputan. Dalam tahap komunikasi perwira pelaksana memastikan bahwa proses berjalannya kegiatan *open ship* sesuai dengan perencanaan termasuk bentuk peliputan media.

Tahapan terakhir yaitu *evaluating*, setelah kegiatan dilaksanakan, perwira pelaksana mengadakan evaluasi. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan mengumpulkan seluruh anggota yang terlibat. Selain dilakukan dengan teknik pengamatan, evaluasi dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari masing-masing pemandu departemen terkait proses dan kendala yang dihadapi saat kegiatan berlangsung. Pelaksanaan kegiatan *open ship* juga dicatat dalam jurnal kapal.

## **Kesimpulan**

Kegiatan *open ship* merupakan aktivitas *Public Relations* yang dilakukan oleh TNI AL secara terstruktur dan berkala. Kegiatan ini ditujukan untuk membina hubungan baik antara institusi dengan masyarakat sekaligus media komunikasi interaktif untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh publik. *Open Ship* juga merupakan media untuk melakukan diplomasi kepada masyarakat internasional, memperkenalkan kebudayaan dan teknologi armada laut negara Indonesia seperti yang dilakukan oleh KRI Spica pada bulan November 2015 di Port of Malaga, Spanyol. Kegiatan ini termasuk aktivitas *Public Relations* karena diliput dan

dipublikasikan baik pada media internal TNI AL maupun media lokal, nasional dan internasional. Tahap perencanaan pelaksanaan *open Ship* melalui 3 dari 4 tahapan dalam proses PR yaitu *planning*, *communicating* dan *evaluating*. Meskipun proses evaluasi dilakukan hanya sebatas evaluasi antar pejabat dan anggota KRI setelah kegiatan *open ship* dilaksanakan, namun KRI Spica telah melewati tahapan terakhir dari proses kerja *Public Relations*.

Peneliti memberikan masukan agar pada tahapan pelaksanaan dilaksanakan proses *fact finding* sesuai dengan tahapan proses kerja PR yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center agar informasi yang dibutuhkan serta rangkaian kegiatan yg dilaksanakan dalam *open ship* lebih tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan audiens yang hadir. Sebagai tambahan, dalam proses evaluasi, peneliti menyarankan agar evaluasi tidak hanya dilakukan antara pejabat dan anggota internal kapal namun juga diukur dari publik yang mengikuti kegiatan tersebut melalui kuesioner sebagai instrumen untuk mengetahui efektivitas kegiatan *open ship* yang dapat dijadikan bahan masukan untuk membuat rangkaian kegiatan *open ship* selanjutnya.

## **Daftar Pustaka**

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bisma, Arif. (2016). *KSAL Terima KRI Rigel 933 dan KRI Spica 934, Kapal Canggih untuk Survei*. [Berita online]. Diakses dari [www.detik.Com](http://www.detik.Com)
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Kemal Gani, Prita (2014). *Humas Pada Organisasi Non Profit*. [Artikel Situs Web]. Diakses dari [www.lspr.Edu](http://www.lspr.Edu)
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana.
- Nova, Firsan. (2014). *PR War*. Jakarta: Gramedia Widayarsana Indonesia.
- Sukoyo, Yeremia (2015). *TNI AL Siap Tingkatkan Keandalan Public Relations*. [Berita Online]. Diakses dari [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com)
- [www.dishidros.go.id](http://www.dishidros.go.id)