

STRATEGI KOMUNIKASI KEPOLISIAN RESOR KOTA SAMARINDA DALAM MENSOSIALISASIKAN KEWASPADAAN TERHADAP CURANMOR DI SAMARINDA

Cahyo Wicaksono Putro¹

Abstrak

Penelitian ini berjudul “ Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap curanmor di Samarinda”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif Deskriptif dengan menggambarkan atau melukiskan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Data yang dikumpulkan dalam proses penelitian ini adalah data yang berupa hasil wawancara, gambar dan dokumen-dokumen. Dari data tersebut diambil kesimpulan yang bersifat khusus mengenai Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda. Subjek penelitian adalah KASUB BAG HUMAS Kepolisian Resor Kota Samarinda dan Wakil Kepala Satuan Bina Masyarakat Kepolisian Resor Kota Samarinda.

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda adalah dengan cara memanfaatkan media diantaranya seperti media massa, media cetak, internet, media luar ruang, dan media informasi berupa mobil KHAMTIBMAS.

Sasaran dari sosialisasi ini adalah segmen masyarakat yang dianggap rawan menjadi korban kejahatan curanmor, yaitu : mahasiswa, pelajar, remaja, orang tua dan anak-anak. Dengan isi pesan yang dimuat dalam sosialisasi adalah menghimbau, memahami dan menerangkan jenis kejahatan yang harus diwaspadai. Pemahaman ini menjadi pusat perhatian Kepolisian Resor Kota Samarinda untuk disosialisasikan karena Kepolisian Resor Kota Samarinda berharap kepada masyarakat yang terkena pesan sosialisasi ini nantinya dapat menjadi agen Kepolisian Resor Kota Samarinda di dalam keluarga bahkan masyarakat, sehingga terjadi efek domino didalamnya.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, POLRESTA, Curanmor.

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: anakrock_n_roll@rocketmail.com

PENDAHULUAN

Berdasarkan data Polda Kaltim kasus pencurian kendaraan bermotor (curanmor) menduduki peringkat teratas di wilayah hukumnya dengan jumlah 116 kasus pada 2012.

Bila dipersentase atau diranking jumlah penanganan kasus rata-rata setiap harinya paling sedikit ada dua hingga sembilan kasus yang harus diselesaikan oleh Polresta Samarinda, dikarenakan banyaknya kasus yang harus diselesaikan, Polresta melakukan kerjasama dan koordinasi dengan Polsek disetiap wilayah Samarinda untuk dapat membantu dalam menangani kasus curanmor yang semakin marak.

Dan menurut Polresta Samarinda, wilayah-wilayah yang sering terjadi tindak pencurian kendaraan bermotor adalah tempat-tempat yang paling sering dikunjungi masyarakat Samarinda seperti, Kampus Universitas Mulawarman dan kampus lainnya, Stadion Sempaja, Warnet Pramuka, Stadion Segiri, dll.

Dalam hal ini peran POLRESTA Samarinda sangat dibutuhkan dalam menyelesaikan kasus yang begitu mengkhawatirkan ketentraman warga, selain dengan meringkus para pelaku, peran POLRESTA dalam memberikan informasi - informasi tentang kewaspadaan terhadap tindak kriminal yang dilakukan oleh oknum-oknum kejahatan. Dimana Komunikasi juga sangat erat kaitannya dalam meningkatkan kewaspadaan. Dan tingkat kriminalitas yang terjadi di kota besar mengalami pasang surut, seperti yang banyak di beritakan di setiap media massa.

Perkembangan teknologi tidak dapat dipungkiri telah banyak membantu umat manusia untuk mengatasi berbagai hambatan dalam berkomunikasi. Khalayak dapat mengetahui apa yang terjadi di seluruh dunia jauh lebih cepat, bahkan sering kali khalayak lebih dahulu mengetahui apa yang terjadi jauh di luar negeri daripada di dalam negeri. POLRESTA Samarinda menginformasikan kepada masyarakat untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia yang lain. Tidak hanya dalam arti berita, tetapi juga informasi lain yang ada dalam surat kabar akan berisi orang di daerah lain.

LANDASAN DASAR TEORI

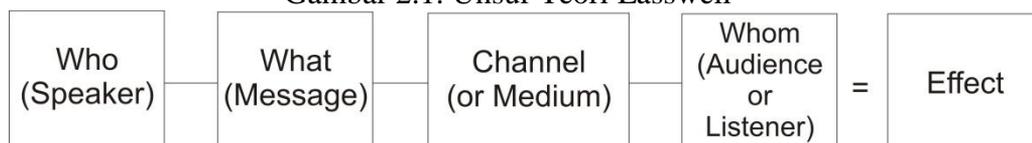
Harold. D. Lasswell

Teori komunikasi dari Harold. D. Lasswell ini dianggap oleh para pakar komunikasi sebagai salah satu teori komunikasi yang paling awal dalam perkembangan teori komunikasi. Lasswell menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan :

- a. Who ? (Siapa yang mengatakan apa?)
- b. What ? (Pesan apa yang dinyatakan?)
- c. In with Channel ? (Media apa yang digunakan?)
- d. To Whom ? (Siapa komunikannya?)
- e. With What Effect ? (Efek apa yang diharapkan?)

Masing-masing unsur dalam formula laswell mengandung problema tertentu. Formula tersebut, meskipun sangat sederhana telah membantu mengorganisasikan dan memberikan struktur kajian bidang komunikasi massa. Selain dapat menggambarkan komponen dalam proses komunikasi massa, laswell sendiri menggunakan formula ini dengan tujuan untuk membedakan berbagai jenis penelitian komunikasi, hal ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 2.1. Unsur Teori Lasswell



Sumber : Effendy (2003 : 253)

Rumus Lasswell tersebut mengandung banyak pertautan yang selanjutnya juga mempunyai teori-teori sebagai contoh, *persuasion* yang merupakan kegiatan komunikasi yang mengharapkan *behaviour change* meliputi berbagai teknik. Jika kita telah mengetahui sifat-sifat dari komunikan dan tahu pula efek yang akan kita kehendaki dari mereka, memilih cara mana yang kita berkomunikasi dengan menggunakan media yang digunakan. Caranya bagaimana kita berkomunikasi (*how to communicatio*) kita bisa mengambil langkah-langkah seperti :

1. Komunikasi tatap muka (*Face to face communication*)
2. Komunikasi bermedia (*Mediated communication*)

Komunikasi tatap muka digunakan apabila mengharapkan efek tingkah laku (*behaviour change*) dari komunikan. Mengapa demikian karena sewaktu berkomunikasi memerlukan umpan balik langsung (*immediate feedback*). Dengan saling melihat, komunikator memperhatikan dan mengetahui apa yang dikomunikasikan. Jika komunikasi berhasil dan umpan baliknya positif, maka akan dipertahankan cara tersebut. Dan jikan umpa baliknya ternyata negatif, maka harus diubah teknik komunikasi massa dengan menggunakan media pada umumnya yang digunakan dengan teknik komunikasi informatif.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan menagemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Onong Uchjana Effendy, 2004). Srategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Ulbert Silalahi, 1996)

Jadi strategi komunikasi adalah suatu cara atau taktik rencana dasar yang menyeluruh dari rangkaian tindakan yang akan dilaksanakan oleh seseorang atau

organisasi untuk mencapai suatu tujuan atau beberapa sasaran dengan memiliki sebuah panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Menyusun sebuah strategi komunikasi adalah suatu seni, bukan sesuatu yang ilmiah, dan banyak cara pendekatan yang berbeda untuk melakukan tugas ini. Dalam komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat factor penting yang harus diperhatikan:

1. Mengetahui khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha membangun komunikasi yang efektif.
2. Menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi.
3. Menetapkan metode.
4. Pemilihan media komunikasi, karena untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau dua gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat.

Sosialisasi

Menurut Soerjono Soekanto (2002) sosialisasi adalah proses yang menempatkan anggota masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat di tempat dia menjadi anggota masyarakat. Sedangkan menurut Karel J. Veeger (dalam Soerjono Soekanto, 2002) sosialisasi adalah suatu proses belajar mengajar. Artinya sosialisasi merupakan cara memberikan pemahaman dan pengertian kepada orang lain agar dapat saling mengerti.

Sosialisasi erat sekali kaitannya dengan enkulturasi atau proses pembudayaan, yaitu suatu proses belajar seorang individu untuk belajar mengenal, menghayati, dan menyesuaikan alam pikiran serta sikapnya terhadap sistem adat, nilai, sikap, keterampilan-keterampilan, dan norma, serta semua peraturan dan pendirian yang hidup dalam lingkungan kebudayaan masyarakatnya.

Berdasarkan pengertian sosialisasi yang dikemukakan di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosialisasi ditempuh seorang individu melalui proses belajar untuk memahami, menghayati, menyesuaikan, dan melaksanakan suatu tindakan sosial yang sesuai dengan pola perilaku masyarakatnya.
2. Sosialisasi ditempuh seorang individu secara bertahap dan berkesinambungan, sejak ia dilahirkan hingga akhir hayatnya.
3. Pada sosialisasi akan menghasilkan perkembangan kepribadian seseorang menjadi satu pribadi yang unik.

4. Di dalam sosialisasi terdapat saling pengaruh antara individu beserta potensi kemanusiaannya dengan masyarakat beserta kebudayaannya.
5. Menurut Soesilo (Husein, 2003) ada dua pengertian kejahatan, yaitu pengertian kejahatan secara juridis dan pengertian kejahatan secara sosiologis. Ditinjau dari segi juridis, kejahatan adalah suatu perbuatan tingkah laku yang bertentangan dengan undang-undang. Ditinjau dari segi sosiologis, kejahatan adalah perbuatan atau tingkah laku yang selain merugikan si penderita, juga sangat merugikan masyarakat yaitu berupa hilangnya keseimbangan, ketentraman dan ketertiban.

Definisi Konsepsional

Peran sosialisasi KPU Kota Samarinda dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pemilu wali kota dan wakil wali kota Samarinda 2015 adalah tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) kota Samarinda untuk mencapai suatu tujuan dengan cara memperkenalkan melalui proses dimana manusia mempelajari tata cara kehidupan dalam masyarakat. Melalui penyelenggaraan pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri yang memiliki tugas, wewenang dan kewajiban menyelenggarakan pemilihan umum dengan keikutsertaan masyarakat sebagai penentunya. Pemilihan Umum Kepala Daerah merupakan wujud pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi/kabupaten atau kota berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945. Dengan menggunakan media massa dan kegiatan komunikasi dapat memberikan informasi secara langsung mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemilihan umum wali kota dan wakil wali kota Samarinda.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan atau melakukan pengamatan data mengenai objek penelitian.

Penelitian ini merupakan suatu proses mencari atau menemukan fakta secara sistematis dalam waktu tertentu dengan menggunakan metode ilmiah berdasarkan aturan-aturan yang berlaku. Fungsi penelitian adalah mencari kejelasan dan jawaban terhadap permasalahan serta memberikan alternatif bagi kemungkinan yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah.

Berdasarkan pendapat di atas penelitian ini adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Objek Penelitian

Dasar Pembentukan Kepolisian Resor Kota Samarinda adalah untuk menyelenggarakan tugas pokok Polri dalam memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, serta memberikan perlindungan, pengayoman,

dan pelayanan kepada masyarakat dan melaksanakan tugas-tugas Polri lainnya dalam daerah hukum Polres, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Polres membawahi Kepolisian Negara Republik Indonesia Sektor. Untuk kota - kota besar, Polres dinamai Kepolisian Resor Kota Besar. Polres memiliki satuan tugas kepolisian yang lengkap, layaknya Polda, dan dipimpin oleh seorang Komisariss Besar Polisi (Kombes) (untuk Polrestabes) atau Ajun Komisariss Besar Polisi (AKBP) (untuk Polres)

Polres merupakan satuan organisasi Polri yang berkedudukan di ibukota kabupaten/kota di daerah hukum masing-masing.

Polres sebagaimana dimaksud terdiri dari:

- a. Tipe Metropolitan;
- b. Tipe Polrestabes;
- c. Tipe Polresta; dan
- d. Tipe Polres.

Dalam hal pemekaran kabupaten/kota, pada suatu wilayah dapat dibentuk Polres baru sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pembahasan

Dari hasil penemuan penelitian dilapangan dan disesuaikan dengan penyajian data yang telah dipaparkan sebelumnya. Maka pada bagian ini peneliti akan kembali membahas tentang perumusan strategi yang dilakukan Kepolisian Resor Kota Samarinda dalam hal mensosialisasikan kewaspadaan terhadap curanmor di Samarinda.

Keseluruhan Proses Komunikasi untuk mencapai efektivitas adalah komunikator, yaitu mereka yang menyusun dan melontarkan pesan atau pernyataan umum kepada khalayak. Kedudukan dan fungsi Kepolisian Resor Kota Samarinda dalam upaya menciptakan efektifitas dalam proses komunikasi adalah penting sekali, karena daripadanya terletak efektif tidaknya pesan-pesan yang disampaikan.

Adapun tujuan Kepolisian Resor Kota Samarinda sebagai instansi pemerintah yang bergerak dibidang keamanan dikota besar dalam mensosialisasikan kewaspadaan terhadap curanmor di Samarinda adalah selain dapat menginformasikan keamanan Kota Samarinda ke masyarakat luas melalui media massa, informasi ini juga diharapkan dapat menjadi pelajaran dan pendidikan bagi masyarakat Kota Samarinda.

Sosialisasi yang dilakukan Kepolisian

Resor Kota Samarinda merupakan upaya untuk memberikan informasi kewaspadaan terhadap tindak kejahatan curanmor di Samarinda kepada masyarakat luas. Mengacu pada teori strategi, keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus

dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu waktu tergantung dari situasi dan kondisi.

Marhaeni Fajar dalam buku berjudul “Ilmu Komunikasi Teori dan praktik” menyatakan bahwa untuk khalayak tidak hanya dirangsang oleh hanya satu pesan saja melainkan banyak pesan dalam waktu yang bersamaan. Artinya terdapat juga kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang datang dari sumber (komunikator) lain dalam waktu yang sama. Maka pesan sebagai satu-satunya kekuatan yang dimiliki oleh komunikator harus mampu mengungguli semua kekuatan yang ada untuk menciptakan efektivitas. Kekuatan pesan ini dapat didukung dengan empat faktor penting yang harus diperhatikan, antara lain mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan pemilihan media komunikasi.

Penggunaan media massa sebagai Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda, berdasarkan teori komunikasi dari Harold D. Laswell yang dikutip oleh Effendy (2003: 253), menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah:

1. Who? (Siapa mengatakan apa?)
2. What? (Pesan apa yang dikatakan?)
3. In With Channel? (Media apa yang digunakan?)
4. To Whom? (Siapa Komunikannya?)
5. With What Effect? (Efek apa yang diharapkan?)

Dimana Kepolisian Resor Kota Samarinda berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan, dalam hal ini pesan yang disampaikan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda adalah tentang seputar kewaspadaan terhadap curanmor di Samarinda yang disampaikan melalui media massa, dan media massa yang digunakan yaitu mobil balai pelayanan KAMTIBMAS keliling, baliho, Radio dan surat kabar. Komunikasikan atau penerima pesan dari pesan yang disampaikan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda adalah seluruh masyarakat, dan efek yaitu hasil yang diharapkan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda setelah pesan tersebut telah disampaikan.

Khalayak Sosialisasi Kewaspadaan Curanmor

Menurut Marhaeni Fajar dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik” mengatakan mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga anatara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Pendek kata pengenalan mengenai khalayak sangat diperlukan, dan hal ini hendaknya dilakukan melalui obseravasi, penjajakan atau penelitian. Disamping itu pengenalan mengenai khalayak dapat juga diperoleh melalui pendugaan-

pendugaan berdasarkan pengalaman dan pengetahuan teoritis mengenai manusia baik sebagai makhluk biologis maupun sebagai makhluk sosial. Dari itu pengenalan mengenai manusia sangat diperlukan.

Dalam mensosialisasikan kewaspadaan curanmor, secara umum sasarannya adalah masyarakat dari golongan remaja dan orang dewasa. Tujuannya agar seluruh masyarakat dapat mengetahui dan mengerti serta memahami apa saja jenis atau macam-macam tindak kejahatan yang terdapat di daerahnyakhususnya tindak kejahatan curanmor, sehingga masyarakat menjadi lebih waspada dan berhati-hati dalam melakukan kegiatan apapun ikut serta dalam menjaga keamanan wilayahnya khususnya diri sendiri maupun orang lain.

Pesan Yang Disampaikan

Pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat selanjutnya dalam mempengaruhi khalayak adalah dari pesan yang disampaikan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian.

Telah dijelaskan bahwa individu saat yang bersamaan, kadang-kadang dirangsang oleh banyak pesan dari berbagai sumber. Tetapi tidaklah semua rangsangan itu dapat mempengaruhi khalayak. Setelah mengenal dan menganalisa khalayak, langkah selanjutnya dalam perumusan strategi, ialah menyusun pesan, syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut adalah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian ialah pengamatan yang terpusat. Karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

Dimana telah dijelaskan sebelumnya pada penyajian data bahwa pesan yang disampaikan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda adalah isi pesan yang Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda, pesan yang disampaikan tersebut berupa informasi dimana tindak kejahatan curanmor di Samarinda sudah sangat mengawatirkan dan salah satu kasus yang mendominasi di Samarinda dan dalam pesan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengertian kepada masyarakat untuk terus waspada dan berhati-hati dalam kondisi dan situasi apapun, karena dimanapun dan kapanpun tindak kejahatan akan terus ada selama masih ada kesempatan.

Metode Penyampaian Pesan

Dalam dunia Komunikasi pada metode penyampaian yang dapat mempengaruhi itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut dapat diuraikan lebih lanjut menurut Marhaeni Fajar dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik”, (2009: 197), bahwa seperti telah disinggung, bahwa mencapai komunikasi efektifitas komunikasi selain akan tergantung dari kemantapan isi pesan, yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka juga akan turut dipengaruhi oleh metode-metode penyampaiannya kepada sasaran.hal tersebut

dapat diuraikan lebih lanjut, bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Kemudian yang kedua, yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung. Oleh karena itu yang pertama (menurut cara pelaksanaannya), dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode redundancy (repetition) dan Canalizing. Sedangkan yang kedua (menurut bentuk isinya) dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, dan kursif.

Melihat dari bentuk isi dari pesan yang disampaikan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda selama ini adalah termasuk dalam metode dengan bentuk isinya. Contoh metode dalam bentuk isinya yang disampaikan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda menggunakan metode informatif karena dapat digunakan untuk semua khalayak yang menjadi sasaran dari penyampaian informasi. Selain pada saat penyuluhan ataupun siaran Radio seperti yang kita dengar dari acara Radio yang telah bekerjasama, narasumber dari pihak Kepolisian Resor Kota Samarinda menggunakan bahasa sederhana dan gaya humor agar masyarakat dapat memahami pesan yang kami sampaikan dengan lebih santai. Dan selain pesan untuk memberikan pemahaman dan pengertian kepada masyarakat menggunakan Radio, pesan yang disampaikan lainnya adalah Kepolisian Resor Kota Samarinda memiliki alat komunikasi yaitu mobil balai pelayanan KAMTIBMAS keliling yang beroperasi setiap hari. Kepolisian Resor Kota Samarinda juga menyampaikan pesan melalui media ini untuk selalu mengingatkan masyarakat agar terus waspada terhadap tindak kejahatan, dan biasanya setiap sebelum melaksanakan tugas KAMTIBMAS kami akan menyampaikan pesan kepada anggota kepolisian di setiap POS penjagaan untuk turut serta membantu dalam melaksanakan tugas tersebut, karena dalam kegiatan tersebut bertujuan untuk menghimbau dan menambah kesadaran masyarakat agar dapat menjadi POLISI bagi dirinya sendiri dan orang lain. Pesan itu disampaikan untuk menimbulkan perhatian bagi masyarakat untuk bersama dalam menjaga keamanan dan kenyamanan.

Media Massa Yang Digunakan

Penggunaan medium sebagai alat penyalur idea, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat, dalam dunia akhir abad ke-20 ini, adalah suatu hal yang merupakan keharusan. Sebab selain media massa dapat menjangkau jumlah besar khalayak, juga mempunyai fungsi sosial yang kompleks. Dan pada dasarnya telah menunjukkan kepada kita, bahwa alat-alat tersebut mempunyai pengaruh cukup besar. Oleh karena itu merupakan salah satu kebutuhan vital manusia sebagai tuntutan dunia modern, sebagaimana manusia membutuhkan komunikasi itu sebagai kebutuhan vital dalam hidup, maka media massa sangat mempunyai potensi yang besar dalam membentuk watak, sikap dan kepribadian pada individu

dan masyarakat. Setelah mengenal Khalayak, menyusun pesan dan menentukan metode penyampaian pesan. Langkah yang terakhir dan yang terpenting adalah bagaimana memilih media komunikasi untuk mengaplikasikan semua perencanaan sebelumnya.

Dimana Pemilihan media publikasi yang sesuai dengan sasaran publik sangat penting dalam tahap persiapan dan penyebaran berita. Media massa merupakan media publikasi yang penting dalam menyebarluaskan berita dan informasi, karena pemilihan media tersebut dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien. (Rumanti 2004: 128).

Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda adalah diantaranya melalui penyuluhan, media informasi cetak dan radio dengan membangun kerjasama dengan media massa lokal, seperti radio (RRI Pro 2 Samarinda). Media lokal ini dipilih oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda, karena selain media massa tersebut hadir di Kota Samarinda dan waktu siaran program dapat dikatakan adalah waktu yang tepat sehingga diharap dapat memenuhi syarat dari tugas Kepolisian Resor Kota Samarinda dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda. Publikasi yang dilakukan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda melalui media radio RRI Pro 2 Samarinda merupakan program media publikasi yang tepat Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda. Media radio RRI Pro 2 Samarinda dilaksanakan seminggu tiga kali. Setiap siaran yang dilaksanakan dengan segmen bincang keamanan yang membahas Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda terus dibahas dalam segmen tersebut. Untuk publikasi melalui media cetak Kepolisian resor kota Samarinda memanfaatkan media cetak yang ada di Samarinda, karena media informasi ini memiliki penggemarnya sendiri. Namun penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan dan ketersediaan dana. Publikasi menggunakan media informasi ini tidak rutin dilakukan oleh pihak Kepolisian Resor Kota Samarinda mengingat beberapa keterbatasan yang dihadapi. Melihat media massa dan intensitas yang digunakan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda belum maksimal, pesan atau informasi yang disampaikan bisa jadi tidak menembus sasaran.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda yang memanfaatkan media massa, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Informasi yang disampaikan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda mengenai Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda disasarkan kepada masyarakat, baik itu golongan anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Pesan

yang dimuat adalah berupa informasi yang memperkenalkan dan mengajak masyarakat untuk mengetahui jenis tindak kejahatan dan bahayanya dan juga turut berperan menjadi polisi bagi dirinya sendiri dan orang lain. Dalam mengenal khalayak disesuaikan dengan media massa yang memiliki penggemar yang berbeda-beda, namun untuk saat ini Kepolisian Resor Kota Samarinda belum dapat menjangkau setiap media massa yang memiliki penggemar yang berbeda-beda tersebut.

2. Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarindayang dilakukan saat ini adalah dengan melakukan penyuluhan di kecamatanjuga sekolahan dan memanfaatkan beberapa media massa lokal, seperti radio dan media cetak. Penggunaan media massa radio dilakukan dengan membangun kerjasama dengan media massa lokal, seperti radio (RRI Pro 2 Samarinda) dengan intensitas yang telah diuraikan sebelumnya. Publikasi yang dilakukan oleh Kepolisian Resor Kota Samarinda melalui media massa tersebut terus dilakukan. Setiap penyiaran yang dilaksanakan selalu membahas tentang bahaya curanmor dan tindak kejahatan lainnya. Untuk Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda melalui media cetak kepolisian resor kota Samarinda menggunakan surat kabar, poster, banner, sepanduk dan stiker yang ada di Samarinda, namun penggunaan surat kabar pun dapat dikatakan tidak rutin artinya penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan maka beberapa saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini untuk diambil sisi positifnya, diantara saran-saran yang dapat dihasilkan dari penelitian ini adalah :

1. Agar dapat membangkitkan perhatian, Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda diharapkan agar dapat terus mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarindadan dapat disajikan lebih bervariasi lagi sehingga masyarakat yang menyimak atau mengetahui informasi tersebut tidak merasa bosan dan lebih tertarik dengan informasi yang disajikan.
2. Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda diharapkan perlu lebih memperhatikan dan memanfaatkan media informasi untuk Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Dapat diketahui bahwa Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda memiliki tujuan yang mulia dan bertanggungjawab, mengingat poin-poin yang telah diuraikan sebelumnya.
3. Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda diharapkan dapat menambah intensitas penggunaan media informasi lain agar informasi yang disampaikan juga dapat tepat sasaran serta dapat menarik perhatian masyarakat

luas, karena individu dengan saat yang bersamaan, kadang-kadang dirangsang oleh banyak pesan dari berbagai sumber.

4. Hal lain yang dapat di sarankan adalah kemungkinan penelitian-penelitian yang sejenis akan ada dengan berkesinambungan dalam jangka waktu tertentu, untuk itu diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pandangan terhadap penelitian selanjutnya, demi perkembangan ilmu pengetahuan yang lebih baik lagi kedepannya.

Daftar Pustaka

- Changara, Hafied.. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Changara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Effendy Onong Uchjana, 2003 Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Miles, B Matthew dan Huberman Michael A. 2007, *Analisis Data Kualitatif*, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Public Relations*, Edisi Revisi. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta \
- Afdjani Dr. Hadianto, MM, M.Si. 2014. *Ilmu Komunikasi Proses & Strategi*, Tangerang: Indigo Media

Sumber Lain :

- <http://kaltim.tribunnews.com/2016/02/01>
- <http://www.polrestasamarinda.com/Samarinda> (diakses 17 Juni 2013)
- <http://www.satreskrim.polresta.smda.com>
- <https://id.foursquare.com/v/polresta-samarinda>
- <http://www.seputarpengetahuan.com>
- <http://www.humas.polrestasamarinda.com>
- <https://inisantoso.wordpress.com/2012/10/13>
- <http://www.mysamarinda.com>
- <http://www.tribunkaltim.co.id>