

STRATEGI KOMUNIKASI HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) KEPOLISIAN RESORT PENAJAM PASER UTARA GUNA MENINGKATKAN CITRA KEPOLISIAN DI MASYARAKAT

Agus Surahman¹, Rina Juwita²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis Bagaimana strategi komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra Kepolisian di masyarakat, dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini adalah Strategi Komunikasi seksi Hubungan Masyarakat Polres Penajam Paser Utara dalam meningkatkan citra kepolisian di masyarakat dilakukan dengan cara menyampaikan informasi dengan secara langsung di lapangan, dan keluhan masyarakat menggunakan media sosial, misalnya kerjasama platform Youtube Sampul Sayyid, dengan konten Podcast membahas, dan memberikan informasi terkait isu-isu, peraturan-peraturan, dan fenomena-fenomena yang berkaitan keamanan dan ketertiban masyarakat serta informasi lainnya. Strategi Komunikasi tersebut telah sesuai dalam menerapkan tahapan strategi komunikasi mulai dari indikator pada tahap penelitian dengan meneliti permasalahan dilakukannya strategi komunikasi, tahap perencanaan dengan menyusun rencana pelaksanaan tupoksi Humas Polres PPU, tahap pelaksanaan penyampaian informasi, dan tahap evaluasi kegiatan dan hasil media sosial Humas Polres PPU, serta tahapan pelaporan dengan melaporkan hasil kegiatan dan aktivitas media sosial. Namun pada tahapan evaluasi, belum dilakukan secara mendalam baik dalam evaluasi pelaksanaan tugas maupun penyampaian informasi kepada masyarakat melalui media sosial. Sehingga berdasarkan Situational Crisis Communication Theory seksi Humas Polres PPU tidak dapat menetapkan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan citra kepolisian di masyarakat..

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Hubungan Masyarakat, Citra.

PENDAHULUAN

Citra lembaga publik sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang dijalankan dalam membentuk dan menjaga reputasi yang mereka miliki. Kepolisian Republik Indonesia ialah organisasi pemerintah yang salah satu fungsinya yaitu sebagai pelindung serta pengayom masyarakat Indonesia.

¹Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman.
Email : 31kresna@gmail.com

²Dosen Dosen Pembimbing dan Staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Kepolisian juga merupakan institusi pemerintah yang mempunyai tugas pokok penegakkan hukum, memelihara keamanan, ketertiban masyarakat dan memberikan pelayanan kepada masyarakat di wilayah kerja masing-masing yang saling terkait dan terpadu.

Dalam menjalankan tugas tersebut, masyarakat memiliki penilaian yang menyorot kinerja dan peran Kepolisian. Peran polisi sangat berat saat menjalankan fungsi tersebut di atas, mengingat Polisi menjadi aparat penegak hukum yang diberi tanggungjawab besar. Selain itu, berbagai permasalahan yang terjadi di tubuh institusi Kepolisian juga menjadi sebuah tantangan yang mengakibatkan munculnya pandangan masyarakat baik terhadap institusi Kepolisian maupun kepada personal seorang Polisi.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Kepolisian, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Kepolisian per bulan Oktober tahun 2022 adalah dengan angka 53 (lima puluh tiga), sedangkan pada per bulan November 2022 angka kepercayaan masyarakat terhadap Kepolisian sebesar 80,2 (delapan puluh koma dua). Namun pada akhir tahun 2022 yakni per bulan Desember, angka kepercayaan publik terhadap Kepolisian sebesar 62,4 (enam puluh dua koma empat). Data tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat kepada institusi Kepolisian kembali mengalami penurunan dengan segala pencapaian dan pelaksanaan tugas yang telah dijalankan Kepolisian.

Hal tersebut tentu akan mempengaruhi citra Kepolisian dalam masyarakat, sebab masih banyak masyarakat yang menilai Kepolisian belum maksimal dalam melaksanakan tugasnya, hal ini juga dinilai masyarakat berdasarkan permasalahan yang terjadi pada tahun 2022, seperti tragedi di Stadion Kanjuruhan dan kasus hukum anggota Kepolisian yang disorot oleh masyarakat. Dengan adanya kasus-kasus tersebut, sedikit banyaknya citra Kepolisian di mata masyarakat tentu menurun dan memandang negatif terhadap lembaga Kepolisian, meskipun kasus-kasus tersebut dilakukan tidak secara kelembagaan, atau hanya oknum tertentu. Namun pandangan masyarakat menjadi pandangan yang murni untuk menilai citra Kepolisian.

Data dari hasil survei salah satu lembaga survei Populi Center yang diselenggarakan pada 9-17 Oktober tahun 2022 menunjukkan ada 58,5 persen yang memberi nilai 6-10 dalam skala 1-10 terhadap Polri. Sedangkan 33,9 persen memberi nilai 1-5. Angka tersebut diketahui mengalami penurunan dibandingkan survei pada bulan Maret tahun 2022, yakni ada 67 persen responden memberi nilai 6-10 dan ketika bulan Juli tahun 2022 ada 64,4 persen yang memberi nilai 6-10.

Kemudian hasil survei lain yang dilakukan Litbang Kompas juga memperlihatkan hasil serupa dalam setahun terakhir. Pada bulan Oktober tahun 2021, citra buruk Polri tercatat hanya 18,5 persen. Kemudian sempat naik pada bulan Januari 2022 menjadi 21,9 persen dan meningkat lagi pada bulan Juni tahun 2022 menjadi 24,7 persen. Peningkatan paling tajam lagi-lagi terjadi pada periode bulan Juni-Oktober tahun 2022. Terkini, citra buruk Polri menyentuh angka 43,1 persen.

Selama dapat dipertahankan, citra yang baik dan positif akan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Namun, jika kemudian ternyata citra tersebut tidak didukung oleh kemampuan dan situasi nyata, bisa menjadi buruk dan tidak menguntungkan. Data tersebut menunjukkan bahwa citra lembaga Kepolisian di masyarakat sangat bergantung pada aspek peristiwa yang terjadi melibatkan Kepolisian. Apabila yang terjadi adalah peristiwa negatif, maka inilah yang cenderung akan merusak citra Kepolisian di mata masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, maka Kepolisian sebagai pengayom masyarakat harus mampu memberikan pengabdian terbaik, salah satunya agar citra Kepolisian di masyarakat dapat terus meningkat lebih baik.

Komunikasi menjadi salah satu hal penting yang harus dikuasai dan diterapkan dengan baik oleh Kepolisian dalam menjalankan tugas dan membentuk citra baik di masyarakat di wilayah kerja masing-masing, termasuk pada kepolisian di wilayah kerja Kabupaten Penajam Paser Utara. Kepolisian Resort Penajam Paser Utara (selanjutnya disebut sebagai Polres PPU) terdiri dari beberapa divisi, salah satunya adalah Divisi Humas yang memiliki tugas membina, mengumpulkan, mengolah, menyajikan data, informasi dan dokumentasi dalam mendukung pelaksanaan penyampaian informasi baik internal maupun eksternal Polres PPU.

Berdasarkan tugas tersebut, Humas Polres PPU sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan para stakeholders ataupun mengkomunikasikan visi, misi, dan program lembaga kepada publik. Hal ini sedikit banyaknya diharapkan mampu memperbaiki citra Kepolisian di masyarakat. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan strategi komunikasi yang baik.

Humas Polres PPU memiliki tugas yang begitu kompleks dan banyak, sebab Humas Polres PPU adalah seksi yang akan berhubungan langsung ataupun tidak langsung dengan masyarakat. Secara struktural dalam Polres hanya terdapat satu seksi Humas yang tentunya melaksanakan semua yang berkaitan dengan pembinaan, pengumpulan, pengolahan, penyajian data, informasi dan dokumentasi dalam mendukung pelaksanaan penyampaian informasi baik internal maupun eksternal Polres PPU.

Berbagai strategi komunikasi digunakan oleh Humas Polres PPU dalam melaksanakan tugas, hal ini tentu juga akan mempengaruhi citra kepolisian di mata masyarakat. Pelayanan terhadap masyarakat akan membuat masyarakat dapat langsung memberikan penilaian yang berdampak pada citra kepolisian. Beberapa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas PPU adalah misalnya penyampaian himbuan mengenai Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (Kamtibas) secara langsung di lapangan. Sedangkan terkait dengan keluhan masyarakat, Humas Polres PPU menggunakan media sosial untuk menampung dan melihat keluhan masyarakat untuk selanjutnya dapat ditindaklanjuti melalui media sosial, yaitu Instagram, Facebook, dan Twitter. Bahkan untuk mengikuti perkembangan zaman, dengan tugas Humas PPU yang begitu banyak, Humas PPU melakukan kerjasama dengan pengguna platform Youtube yakni dengan salah satu youtuber PPU. Channel Youtube tersebut bernama "Sampul Sayyid". Kerjasama dengan Channel Youtube tersebut bertujuan agar Humas PPU dapat

memberikan informasi kepada masyarakat terkait isu-isu, peraturan-peraturan, dan fenomena-fenomena yang berkaitan keamanan dan ketertiban masyarakat serta informasi lainnya. Kerjasama tersebut tentu sedikit banyaknya memberikan dampak terhadap citra kepolisian di mata masyarakat, dengan mempermudah masyarakat mendapatkan informasi serta pengetahuan apapun yang menjadi bagian dari tugas kepolisian.

Dengan kompleksnya tugas dan fungsi Humas PPU, strategi komunikasi yang dilakukan juga harus lebih maksimal, terlebih penilaian masyarakat terhadap kinerja kepolisian saat ini semakin terbuka, sehingga mampu mempengaruhi citra kepolisian. Dalam meningkatkan citra Kepolisian, Humas Polres PPU harus mampu menerapkan strategi komunikasi yang mampu memberikan pemahaman, informasi, dan semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirim, pesan, dan penerimanya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan Humas Polres PPU untuk meningkatkan citra Kepolisian di masyarakat. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis Bagaimana strategi komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra Kepolisian di masyarakat.

KERANGKA DASAR TEORI

Strategi Komunikasi

Menurut Effendy (2011) Strategi komunikasi adalah dapat dipahami sebagai sebuah gabungan komunikasi pada bagian perencanaan dengan manajemen agar dapat mencapai tujuan. Sehingga melalui perpaduan tersebut maka terdapat tahapan-tahapan dalam strategi komunikasi tersebut. Hafied Cangara dalam Mulyanti (2014) telah menjelaskan mengenai tahapan perencanaan strategi komunikasi tersebut dengan tahapan mulai dari penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Sedangkan menurut Bambang Hariadi (2005) berpendapat bahwa dalam proses strategi komunikasi ada tiga tahapan, yakni perumusan, implementasi dan evaluasi.

Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

SCCT terdiri dari tiga elemen inti: (1) situasi krisis, (2) strategi respons krisis, dan (3) sistem untuk mencocokkan situasi krisis dan strategi respons krisis (Coombs 2006c: 243 dalam A. P. Kyrychok, 2017). Keyakinannya adalah bahwa efektivitas strategi komunikasi tergantung pada karakteristik situasi krisis. Dengan memahami situasi krisis, seorang manajer krisis dapat memilih respon yang paling tepat. SCCT adalah upaya untuk memahami, menjelaskan, dan memberikan tindakan preskriptif untuk komunikasi krisis (Heath and Coombs 2006: 203, 207).

Konsep Citra

Seiring dengan reputasi dan prestasi, citra adalah apa yang hendak dicapai. Salah satu aset perusahaan atau organisasi yang paling berharga adalah reputasinya. Hasil dari penilaian publik baik positif maupun negatif memberikan

wawasan tentang bentuk citra. Evaluasi ini dapat dikaitkan dengan pembentukan rasa hormat (respect) dan kesan pertama yang positif yang didasarkan pada prinsip kepercayaan.

Definisi Konseptional

Komponen inti dari suatu penelitian adalah definisi konseptual, yaitu pemahaman terhadap suatu konsep atau pengertian. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti akan mengembangkan gagasan yang telah disebutkan sebelumnya, yakni :

1. Strategi komunikasi merupakan perencanaan yang efektif dalam menyampaikan pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang.
2. Seksi Hubungan Masyarakat Kepolisian adalah salah seksi di Kepolisian yang bertugas melaksanakan kegiatan hubungan masyarakat, memproduksi, mengelola informasi, penyajian data, dan dokumentasi kegiatan Polres yang dapat diakses oleh masyarakat.
3. Citra merupakan tujuan sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai sebagai salah satu aset terpenting dari organisasi yang dapat dirasakan dari hasil penilaian baik dan buruk yang datang dari khalayak.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan Citra Kepolisian di masyarakat berdasarkan tahapan strategi komunikasi menurut Hafield Cangara dalam Mulyanti (2014) yang berupa:

- a. Penelitian (*Research*)
- b. Perencanaan (*Plan*)
- c. Pelaksanaan (*Execute*)
- d. Evaluasi (*Measure*)
- e. Pelaporan (*Report*)

Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan 6 orang informan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini yang terdiri dari Kasi Humas dan Personil Humas Polres Penajam Paser Utara, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data di lapangan model Miles dan Huberman. Terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu data *reduction* (reduksi data), data *display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (menarik kesimpulan/verifikasi).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tahapan Strategi Komunikasi Seksi Hubungan Masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra Kepolisian di masyarakat

Analisa penulis setelah melihat hasil wawancara sesuai dengan tahapan strategi komunikasi, maka strategi komunikasi seksi hubungan masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra kepolisian di masyarakat berdasarkan tahapan strategi komunikasi tersebut yaitu:

1. Penelitian

Fase penelitian juga dapat dilihat sebagai fase pencarian fakta. Menemukan fakta atau isu untuk digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi yang akan diterapkan lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuannya adalah tujuan dari tahap ini.

Strategi komunikasi seksi hubungan masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra kepolisian di masyarakat sudah menerapkan indikator penelitian ini dengan mengambil bahan rumusan masalah pada permasalahan terkait citra kepolisian di mata masyarakat untuk kemudian menetapkan strategi komunikasi.

2. Perencanaan (*Plan*)

Perencanaan sama dengan perumusan karena melibatkan pembuatan tindakan masa depan yang bertujuan untuk menetapkan tujuan strategis serta metode untuk mencapainya. Dengan demikian, diperlukan strategi untuk pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen), dan dampak yang diantisipasi selama tahap perumusan. Di sini narasumber atau komunikator adalah orang atau organisasi yang menyampaikan pesan berupa nasihat atau informasi. Juga, sumber menggunakan media sebagai perantara untuk menyampaikan kata-kata mereka kepada komunikan, audiens target yang ingin mereka tuju. Penonton tahap konseptualisasi dapat berupa masyarakat umum atau kelompok tertentu, dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan. Seksi Humas Polres PPU telah menyusun rencana dalam strategi komunikasinya agar dalam pelaksanaan tugas mendapatkan hasil yang positif yang berpengaruh dalam meningkatkan citra kepolisian di masyarakat.

3. Pelaksanaan (*Execute*)

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam konteks mempraktikkan strategi yang dikembangkan. Di sebuah institusi, fase implementasi memerlukan pengorganisasian semua departemen untuk menjalankan strategi yang dipilih. Tahap pelaksanaan dapat dilakukan melalui

penampilan televisi, wawancara radio, iklan surat kabar, pemasangan baliho atau spanduk, dan keberangkatan tim penyuluh untuk melakukan pendekatan langsung dengan masyarakat di wilayah sasaran. Penyebaran informasi ke semua target yang ditetapkan selama perumusan adalah satu-satunya tujuan dari tahap pelaksanaan. Dalam Tahap pelaksanaan strategi komunikasi seksi hubungan masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra kepolisian di masyarakat, seksi Humas Polres PPU telah melaksanakan tupoksinya melalui strategi komunikasi dengan sosialisasi atau berkomunikasi langsung dengan masyarakat maupun melalui media sosial agar dapat sesuai dengan yang telah direncanakan pada tahap perencanaan.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh seksi Humas Polres PPU dalam meningkatkan citra kepolisian di masyarakat melalui media sosial adalah dengan menyampaikan informasi melalui media sosial, yaitu Instagram, Facebook, dan Twitter. Bahkan untuk mengikuti perkembangan zaman, dengan tugas Humas PPU yang begitu banyak, Humas PPU melakukan kerjasama dengan pengguna platform Youtube yakni dengan salah satu youtuber PPU. Channel Youtube tersebut bernama “Sampul Sayyid”. Kerjasama dengan Channel Youtube tersebut bertujuan agar Humas PPU dapat memberikan informasi kepada masyarakat terkait isu-isu, peraturan-peraturan, dan fenomena-fenomena yang berkaitan keamanan dan ketertiban masyarakat serta informasi lainnya.

4. Evaluasi (*Measure*)

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil dari tindakan yang telah dilakukan dan apakah kinerja aktual sesuai dengan apa yang diantisipasi. Seperti apakah media yang dipilih bermanfaat untuk menjalankan strategi, apakah tujuan strategi tercapai, apakah penerima dapat menangkap pesan yang dikirim, dan tindakan apa yang dilakukan audiens setelah menerima dan memahami informasi yang dikirim. Tahap evaluasi sangat penting karena jika metode berhasil, dapat diterapkan pada lebih banyak tantangan, dan jika ada kekurangan, dapat diperbaiki untuk pembelajaran di masa mendatang.

Dalam indikator evaluasi ini, bisa dikatakan belum sepenuhnya berhasil, karena setelah pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh seksi Humas baik yang dilaksanakan secara langsung di lapangan maupun yang melalui sosial media, evaluasi yang dilakukan belum secara maksimal atau mendalam. Evaluasi setelah pelaksanaan tugas selesai tentu akan membuat kita mengetahui kekurangan dan kelebihan, serta penghambat dalam pelaksanaan tugas tersebut, mulai dari aspek lokasi, sasaran, waktu, dan media sosialisasi, serta konten-konten media sosial. Hal ini tentu akan sejalan dengan tujuan Polri untuk memperbaiki citra kepolisian di mata masyarakat.

5. Pelaporan (*Report*)

Langkah terakhir dalam kegiatan rencana komunikasi yang telah dipraktikkan adalah Pelaporan/Report. Pemimpin kegiatan harus mendapatkan laporan secara tertulis sehingga dapat digunakan sebagai bahan kegiatan. Jika laporan tersebut memberikan hasil yang bermanfaat dan efektif, laporan tersebut dapat berfungsi sebagai dasar untuk proyek tambahan. Namun, jika

ditemukan kekurangan pada program, informasi ini dapat digunakan sebagai bahan revisi atau modifikasi program yang akan digunakan. Maka jika program ini di temukan hal-hal yang yang kurang sempurna maka program ini akan dijadikan bahan pertimbangan untuk merevisi atau memodifikasi program yang akan dilaksanakan.

Berdasarkan urain hasil penelitian yang telah didapatkan, maka dianalisis strategi komunikasi seksi hubungan masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra kepolisian di masyarakat dengan berbasis pada tahapan strategi komunikasi serta mengaitkan dengan teori-teori komunikasi yang terkait.

Strategi komunikasi Humas Polres PPU untuk meningkatkan citra Kepolisian di masyarakat telah dilaksanakan berdasarkan tahapan strategi komunikasi yaitu Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Pelaporan. Dengan permasalahan mengenai citra kepolisian di mata masyarakat maka, Seksi Humas Polres PPU sebagai bagian dari kepolisian memiliki tugas dan tanggungjawab yang berkaitan dengan meningkatkan citra kepolisian di masyarakat.

Strategi komunikasi seksi Humas Polres PPU adalah hal penting yang harus diterapkan dengan baik dalam menjalankan tugas dan membentuk citra baik di masyarakat, dengan tugas membina, mengumpulkan, mengolah, menyajikan data, informasi dan dokumentasi dalam mendukung pelaksanaan penyampaian informasi baik internal maupun eksternal Polres PPU. Berdasarkan tugas tersebut, Humas Polres PPU sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan para stakeholders ataupun mengkomunikasikan visi, misi, dan program lembaga kepada publik. Hal ini sedikit banyaknya diharapkan mampu memperbaiki citra Kepolisian di masyarakat. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan strategi komunikasi yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditemukan beberapa fakta terkait dengan strategi komunikasi seksi Humas Polres PPU guna meningkatkan citra kepolisian di masyarakat. Sesuai dengan tahapan strategi komunikasi, pada tahapan penelitian seksi Humas Polres PPU melihat begitu banyaknya permasalahan terkait citra kepolisian seperti kasus oknum kepolisian yang terjadi di Indonesia, sehingga seksi Humas merumuskan strategi komunikasi untuk memperbaiki citra kepolisian di masyarakat. Namun dalam hal ini seksi Humas Polres PPU belum melakukan penelitian dengan memfokuskan masalah di lapangan dengan di media sosial, sebab secara faktual dua hal ini adalah diperlukan strategi komunikasi yang berbeda. Seharusnya seksi Humas Polres PPU dalam tahap penelitian meneliti permasalahan dengan membaginya kepada dua hal yakni permasalahan yang ada di lapangan dan media sosial.

Sedangkan pada tahapan perencanaan, seksi humas telah melaksanakan perencanaan untuk menerapkan strategi komunikasi dalam pelaksanaan tugas, yakni dengan metode langsung ke masyarakat dan melalui media sosial. Hal ini sudah dapat dikatakan benar, oleh karena itu pada tahapan sebelumnya

harus membagi terhadap dua permasalahan tersebut. Perencanaan yang dilakukan oleh seksi Humas Polres PPU pada dasarnya telah dilaksanakan dengan baik.

Pada tahapan pelaksanaan strategi komunikasi seksi Humas Polres PPU guna meningkatkan cita kepolisian di masyarakat, Humas Polres PPU melaksanakan tugas pembinaan, pengumpulan, pengolahan, penyajian data, informasi dan dokumentasi dalam mendukung pelaksanaan penyampaian informasi baik internal maupun eksternal Polres PPU. Pelaksanaan tugas yang bersentuhan atau berhubungan dengan masyarakat adalah terkait tugas memberikan informasi dan dokumentasi dalam mendukung pelaksanaan penyampaian informasi. Pelaksanaan strategi komunikasi tersebut dilaksanakan dengan turun langsung ke lapangan dan juga melalui media sosial yang menginformasikan seluruh kegiatan yang dilaksanakan oleh Polres PPU.

Berdasarkan teori strategi komunikasi bahwa inti dari tahap pelaksanaan strategi komunikasi hanya satu, yaitu untuk menyebarkan informasi kepada seluruh target sasaran yang telah ditetapkan dalam rumusan. Sehingga pelaksanaan strategi komunikasi seksi Humas Polres PPU dengan memberikan informasi kepada masyarakat baik secara langsung maupun informasi melalui media sosial telah sesuai dengan tahapan pelaksanaan strategi komunikasi. Namun pada tahapan pelaksanaan ini, tugas seksi Humas Polres PPU harus mampu berkomunikasi dengan baik kepada masyarakat, baik saat pengumpulan data maupun penyebaran atau penyampaian informasi.

Kemudian pada tahap evaluasi, seksi Humas Polres PPU juga telah melakukan evaluasi pelaksanaan strategi komunikasi, namun pada faktanya evaluasi yang dilakukan belum mendalam. Sehingga untuk menunjang pelaksanaan tugas yang lebih baik dan memperbaiki kekurangan, seksi Humas akan kesulitan sebab tidak dilakukan evaluasi yang lebih dalam. Sebab berdasarkan teori strategi komunikasi, bahwa tahapan evaluasi strategi komunikasi ini dilakukan untuk mengetahui kinerja yang dihasilkan sesuai dengan harapan, media yang digunakan efektif, tujuan strateginya tercapai, pesan dipahami oleh penerima dan tindakan yang dilakukan setelah penerima menerima pesan. Berdasarkan hal tersebut evaluasi terhadap strategi komunikasi seksi Humas Polres PPU harus dilakukan lebih dalam menjawab semua pertanyaan pada tahapan evaluasi berdasarkan teori strategi komunikasi.

Adapun pada tahap pelaporan dalam strategi komunikasi seksi Humas Polres PPU dalam meningkatkan citra Kepolisian di masyarakat telah dilaksanakan dengan melaporkan hasil pelaksanaan tugas setelah kegiatan selesai, yang berisi laporan hasil kegiatan. Berdasarkan teori strategi komunikasi tahapan pelaporan adalah tahapan terakhir untuk melihat hasil strategi komunikasi, dalam hal ini pada saat pelaporan, seksi humas Polres PPU seharusnya melaporkan hasil evaluasi yang telah dilakukan agar dapat diperbaiki atau memodifikasi strategi komunikasi yang digunakan ke depannya.

Berdasarkan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), efektivitas strategi komunikasi tergantung pada karakteristik situasi krisis. Dengan memahami situasi krisis, seorang manajer krisis dapat memilih respon yang paling tepat. SCCT adalah upaya untuk memahami, menjelaskan, dan memberikan tindakan preskriptif untuk komunikasi krisis (Heath and Coombs 2006: 203, 207). Berdasarkan teori ini maka strategi komunikasi seksi Humas Polres PPU harus mampu disesuaikan dengan situasi dimana masyarakat memandang positif atau negatif terhadap kepolisian. Situasi tersebut seharusnya menjadi dasar untuk menetapkan strategi komunikasi yang harus dilakukan oleh seksi Humas Polres PPU. Berkaitan dengan tahapan evaluasi yang belum maksimal, maka tahapan evaluasi strategi komunikasi seksi Humas Polres PPU guna meningkatkan citra kepolisian di masyarakat yang belum maksimal atau tidak secara dalam, akan membuat seksi Humas Polres PPU tidak mampu melihat situasi krisis yang berisi tanggapan masyarakat PPU setelah pelaksanaan strategi komunikasi yang berjalan, sehingga untuk meningkatkan citra kepolisian di masyarakat akan sulit untuk dilakukan.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penelitian ini juga tidak hanya menguraikan pelaksanaan tugas seksi Humas Polres PPU untuk meningkatkan citra kepolisian, namun juga membahas strategi komunikasi yang dilakukan seksi Humas Polres PPU melalui inovasi-inovasi di media sosial, sehingga secara tidak langsung berdampak pada citra kepolisian di mata masyarakat yang cenderung akan dilihat sebagai institusi yang tidak hanya berkebutakan pada penegakan hukum semata namun juga edukasi masyarakat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan Strategi Komunikasi seksi Hubungan Masyarakat Polres Penajam Paser Utara dalam meningkatkan citra kepolisian di masyarakat berdasarkan tahapan strategi komunikasi sebagai berikut :

1. *Penelitian*, Strategi komunikasi seksi hubungan masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra kepolisian di masyarakat sudah menerapkan indikator penelitian ini dengan mengambil bahan rumusan masalah pada permasalahan terkait citra kepolisian di mata masyarakat untuk kemudian menetapkan strategi komunikasi.
2. *Perencanaan (Plan)*, Seksi Humas Polres PPU telah menyusun rencana dalam strategi komunikasinya agar dalam pelaksanaan tugas mendapatkan hasil yang positif yang berpengaruh dalam meningkatkan citra kepolisian di masyarakat.
3. *Pelaksanaan (Execute)*, Dalam Tahap pelaksanaan strategi komunikasi seksi hubungan masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra kepolisian di masyarakat, seksi Humas Polres PPU telah melaksanakan tupoksinya melalui strategi komunikasi dengan sosialisasi atau berkomunikasi langsung dengan masyarakat maupun melalui media sosial agar dapat sesuai dengan yang telah direncanakan pada tahap perencanaan,

dengan kerjasama dengan pengguna platform Youtube yakni dengan salah satu youtuber PPU. Channel Youtube tersebut bernama “Sampul Sayyid”. Kerjasama dengan Channel Youtube tersebut bertujuan agar Humas PPU dapat memberikan informasi kepada masyarakat terkait isu-isu, peraturan-peraturan, dan fenomena-fenomena yang berkaitan keamanan dan ketertiban masyarakat serta informasi lainnya.

4. Evaluasi (*Measure*), Dalam indikator evaluasi ini, bisa dikatakan belum sepenuhnya berhasil, karena setelah pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh seksi Humas baik yang dilaksanakan secara langsung di lapangan maupun yang melalui sosial media, evaluasi yang dilakukan belum secara maksimal atau mendalam. Evaluasi setelah pelaksanaan tugas selesai tentu akan membuat kita mengetahui kekurangan dan kelebihan, serta penghambat dalam pelaksanaan tugas tersebut, mulai dari aspek lokasi, sasaran, waktu, dan media sosialisasi, serta konten-konten media sosial. Hal ini tentu akan sejalan dengan tujuan Polri untuk memperbaiki citra kepolisian di mata masyarakat.
5. Pelaporan (*Report*), Dalam strategi komunikasi seksi hubungan masyarakat (Humas) Kepolisian Resort Penajam Paser Utara guna meningkatkan citra kepolisian di masyarakat, seksi Humas Polres PPU melakukan pelaporan terhadap kegiatan dan aktivitas media sosial tersebut, agar dapat dijadikan bahan perbaikan.

Saran

Berdasarkan uraian pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan rekomendasi

1. Pada tahapan penelitian dalam strategi komunikasi seksi Hubungan Masyarakat Kepolisian Resort Penajam Paser Utara sebaiknya meneliti permasalahan dengan membaginya kepada dua hal yakni permasalahan yang ada di lapangan dan media sosial agar strategi komunikasi lebih spesifik untuk direncanakan.
2. Pada tahapan evaluasi dalam strategi komunikasi seksi Hubungan Masyarakat Kepolisian Resort Penajam Paser Utara sebaiknya dilakukan lebih maksimal kembali, terutama evaluasi pelaksanaan strategi komunikasi secara langsung ke masyarakat. Misalnya dengan melakukan evaluasi setiap 3 bulan untuk satu tahun ke depan agar dapat melihat peningkatan citra kepolisian.
3. Pada pelaksanaan strategi komunikasi seksi Hubungan Masyarakat Kepolisian Resort Penajam Paser Utara yang dilakukan secara langsung di lapangan harus berkomunikasi dengan baik bersama masyarakat mengenai isu yang mempengaruhi citra kepolisian.

Daftar Pustaka

Sumber Buku

- Abdullah, Zein. 2008. *Strategi Komunikasi Politik dan Penerapannya*. Bandung: Simbiosia.
- Arifin, Anwar. 2011. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: ARMICO.
- Arikunto, Suarsini. 1996, *Prosedur Penelitian dan Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2009, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendi. 2010. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Ilmu Komunikasi, Teori & Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Endraswara, Suwardi. 2011. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Erdianto, Elvinaro. *Public Relations Suatu Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Pustaka Bani Quraisy.
- F. Rachmadi. 1992. *Public Relations (dalam Teori dan Praktek)*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.
- Gregory, Anne. 2009. *Public Relations Dalam Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Hardjana, Agus M. 2008. *Komunikasi intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Hasan, Alwi. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Hidayati, T. 2014, *Peran Humas Dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik di Badan Publik (Studi Kasus Pada Badan Pemeriksa Keuangan RI)*. Universitas Gadjah Mada.
- Innes. M. 2002, *Organizational communication and the sybolic contruction of police murder investigation*. Brithis journal of sociology.
- Jefkins, Frank. 1998, *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2004, *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Marrus. 2007. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksa.
- Milles, B. Mathew, A. Michael Huberman dan Johny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis*. Edisi Ketiga. Sage Publications, Inc.

- Muhammad, Arni. 2014, *Komunikasi organisasi*. Bumi Aksara Jakarta.
- Mulyana, Dedy. 2001, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyanti. 2014. *Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Untuk Menekan Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kelurahan Sangasanga Dalam Di Kecamatan Sangasanga*. Samarinda. Universitas Mulawarman.
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: PT Rempaja Rosdakarya.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Partanto dan Dahlan. 2008. *Strategi Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prisgunanto, Ilham. 2009, *Komunikasi Polisi*. Depok: Prisani Cendekia.
- Robbins. P. S. 2008. *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*. Edisi kelima, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rumanti, Sr. Mario Assumpta. 2002, *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode penelitian public relations dan komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo.
- Ruslan, Rosady. 2006, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- S. Gassing, Syarifuddin dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: ANDI.
- Suhandang, Kustadi. *Public Relations Perusahaan, Kajian Program dan Implementasi*.
- Sweeney, Poul D dan Dean B. McFarlin. 2002, *Organizational Behavior: Solution for management*. McGraw-Hill. International Edition.
- Tanjung, Akbar. 2008. *The Golkar Way: Survival Partai Golkar di Tengah Turbulensi Politik Era Transisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, Husni dan Akbar Setiady Purnomo. 2008, *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- West, R dan Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Jurnal

- Oemi S. 2007, *Komunikasi (Majalah Ilmiah Komunikasi Dalam Pembangunan)*. Vol. 10 No. 1. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- S. Tendean, Christian. *Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas San Ratulangi*. Jurnal vol II no. 4 tahun 2014.