

Peran Divisi Humas Polda DIY Dalam Membangun Citra Positif

¹Muhammad Faishal Arif, ²Rizky Fadhil Widiawan

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Contact: muhammad.faishal.a@gmail.com, rizky.pw06@gmail.com

ABSTRACT

This journal reviews the strategy of the DIY Regional Police Public Relations Division in building a positive image in the eyes of the public. This study aims to find out what are the strategies of the DIY Regional Police Public Relations Division in building a positive image in the eyes of the public. In addition, this study also aims to find out how the DIY Regional Police respond to public complaints. In addition, this study also aims to find out how the DIY Regional Police Public Relations Division conveys transparency regarding the case being handled. This type of research uses library research data collection techniques, namely research with a series of activities that are relevant to library data collection methods. This type of research is different from other data collection techniques which require observation or interviews in data acquisition. The object of study uses library data in the form of books, scientific journals, magazines, newspapers as the data source. The strategy undertaken is to become a good communication medium, and also to cooperate with various mass media. The response from Polda DIY in handling complaints from the public so far has been quite good because the public can directly make complaints through the 110 call center. In addition, there are also several numbers that go directly to several Polres in Yogyakarta. Apart from that, institutions such as the Yogyakarta Regional Police are quite good in providing transparency to the cases being handled. This was proven by immersing the DIY Regional Police when they were handling cases of cannabis narcotics trafficking.

Keywords: positive image, PR Polda DIY, public relations strategy

ABSTRAK

Jurnal ini mengulas tentang bagaimana strategi divisi humas Polda DIY dalam membangun citra positif di mata masyarakat. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja strategi divisi humas Polda DIY dalam membangun citra positif di mata masyarakat. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan Polda DIY dalam merespon pengaduan masyarakat. Ditambah penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana Divisi humas Polda DIY dalam menyampaikan transparansi terkait kasus yang sedang ditangani. Jenis penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data library research yaitu penelitian dengan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan dengan metode pengumpulan data Pustaka. Jenis penelitian ini berbeda dengan teknik pengumpulan data lainnya yang mengharuskan melakukan observasi atau wawancara dalam perolehan data. Objek kajiannya menggunakan data Pustaka berupa buku-buku, jurnal ilmiah, majalah, koran, sebagai sumber datanya. Strategi yang dilakukan adalah menjadi media komunikasi yang baik, dan juga mengadakan kerja sama dengan berbagai media massa. Tanggapan Polda DIY dalam merespon pengaduan dari masyarakat selama ini juga cukup baik karena masyarakat bisa langsung bisa melakukan pengaduan melalui call center 110. Selain itu juga terdapat beberapa nomor langsung menuju beberapa polres yang ada di Yogyakarta. Selain itu institusi seperti Polda DIY dalam melakukan transparansi terhadap kasus yang sedang ditangani itu sudah cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan keterbukaan Polda DIY saat sedang menangani kasus peredaran narkotika jenis ganja.

Kata Kunci: citra positif, humas Polda DIY, strategi komunikasi huma

Pendahuluan

1. Latar Belakang

Humas Polri secara resmi lahir pada tanggal 30 Oktober 1951 dengan sebutan nama Dispenpol (Dinas penerangan polri) Pada tahun 2001, Dispenpol berganti nama menjadi Puspenpol (Pusat Penerangan Polri), kemudian pada tahun 2002 berganti nama menjadi Divisi Humas Polri sampai sekarang. Divisi Humas Polri merupakan salah satu bidang penting dalam instansi kepolisian yang bekerja dalam bidang kehumasan dan informasi untuk membangun, menjaga, atau memperbaiki citra polri. Selain membangun citra positif, Humas Polri pun berfungsi untuk memperbaiki citra negatif terhadap kepolisian yang seringkali muncul dalam masyarakat karena itu Humas Polri memegang peranan yang sangat penting dalam merawat dan memulihkan citra Polri di kalangan masyarakat dengan cara memberikan informasi yang berisi transparansi.

Kasus atau masalah yang ditangani polri sangat perlu sebuah keterbukaan dan keterbukaan dalam menyampaikan informasi selalu menjadi tuntutan publik, keterbukaan bukan hanya disampaikan kepada pihak eksternal instansi kepolisian namun juga kepada internal nya. Sistem penyampaian informasi yang terbuka tidak lepas dari proses komunikasi, dan seorang humas harus memiliki komunikasi yang jelas atau tidak ambigu dan efektif dengan menyakinkan publik dapat menerima informasi tersebut.

Humas pada dasarnya bertugas untuk membangun sebuah hubungan yang baik antara masyarakat dengan organisasi, sehingga terciptanya kepercayaan masyarakat terhadap organisasi akan menimbulkan sebuah partisipasi publik yang nantinya akan menguntungkan organisasi itu sendiri (Nova, 2009). Humas melakukan tugasnya dengan cara berkomunikasi dan hal tersebut memerlukan kelihaihan atau kecakapan dalam penyampaian, hal-hal yang perlu di perhatikan dalam penyampaiannya yaitu harus objektif, percaya dan partisipasi. 3 hal tersebut sama dengan motto Divisi Humas Polri yang tercantum pada logo nya.

Menurut humas.polri.go.id 3 motto dalam logo Divisi Humas Polri tersebut memiliki arti sebagai berikut, Objektif dalam hal ini berarti memberikan informasi secara objektif yang sesuai dengan apa yang terjadi sehingga dapat membentuk opini dan citra positif terhadap instansi kepolisian, lalu dipercaya memiliki arti dengan memberikan informasi yang objektif maka instansi Polri akan mendapat sebuah kepercayaan dari masyarakat, sementara yang terakhir ada partisipasi yaitu setelah terjadi kepercayaan akan terwujud dukungan partisipasi masyarakat dalam melaksanakan tugas Kepolisian sebagai pelindung, pengayom dan pelayan masyarakat. Dengan begitu motto tersebut sama dengan fungsi seorang humas dalam menjalankan tugas-tugasnya. Untuk terwujudnya sistem humas yang positif perlu adanya komunikasi agar terjadi timbal balik antara masyarakat dengan organisasi.

Seorang humas kepolisian harus memiliki sifat membina dan mengembangkan partisipasi masyarakat. Dimana di era reformasi seperti sekarang ini yang menuntut segala sesuatunya harus transparan, yang mana ini juga berdampak pada keingintahuan masyarakat terhadap berbagai informasi yang berkaitan dengan kebijakan pihak kepolisian. Polisi dituntut untuk menyediakan informasi dan mensosialisasikannya sesuai dengan keinginan masyarakat. Sebab pada dasarnya seorang polisi adalah pelayan masyarakat yang harus memberikan pelayanan dan mengabdikan dirinya kepada masyarakat. Memberikan pelayanan adalah tugas

utama seorang polisi. Pelayanan yang diberikan haruslah berupa pelayanan yang terbaik sehingga tercipta hubungan yang baik antara masyarakat dan kepolisian. Disinilah dibutuhkan peran seorang humas kepolisian. Peran divisi humas disini sangatlah penting karena citra kepolisian baik atau buruk ditentukan oleh cara kerja divisi humas dalam menyampaikan informasi terkait kebijakan kebijakan yang telah dibuat dan dipublikasikan kepada media atau masyarakat.

Yogyakarta, merupakan kota seni, budaya, dan salah satu kota pelajar dimana semua kultur, ras, budaya menjadi satu. Di Yogyakarta ini sendiri juga terdapat kepolisian tingkat daerah yaitu Polda DIY. Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan Lembaga kepolisian tingkat provinsi yang bertujuan untuk menyelenggarakan perlindungan, pengayoman serta pelayanan kepada masyarakat DIY. Polda DIY merupakan pelaksana tugas dan wewenang polri di wilayah provinsi yang berada di bawah Kapolri dan dipimpin oleh seorang Kapolda. Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan organisasi publik berbentuk institusi yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Maka citra positif yang menjadi tujuan utamanya. Hal ini berkaitan dengan visi dari polda DIY itu sendiri yaitu "terwujudnya pelayanan kamtibmas yang unggul, terjalinnya kemitraan dengan masyarakat, penegak hukum yang efektif serta sinergi polisional yang proaktif dalam rangka memantapkan keamanan di wilayah D.I. Yogyakarta yang kondusif serta tetap memperhatikan kearifan lokal.

Untuk menjalankan tugas dan fungsinya dalam hal kehumasan, Polda DIY mempunyai Bidang Kehumasan (Bidhumas). Dalam Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 22 tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja pada kepolisian tingkat daerah Bidhumas bertugas melaksanakankegiata kehumasan dengan mengelola dan menyampaikan informasi, menjalin hubungan mitra dengan media massa dan melaksanakan anev (Analisa dan evaluasi) kegiatan Bidhumas. Karena merupakan salah satu kota besar di indonesia, hal ini juga menjadi pekerjaan rumah bagi divisi humas Polda DIY dalam melakukan sosialisasi terkait semua kebijakan, peraturan kepada masyarakat. Penyampaian informasi kepada seluruh elemen masyarakat tanpa terkecuali menjadi sangat penting supaya tidak terjadi salah pengertian antara masyarakat dan juga pihak Polda DIY. Oleh karena itu, kerja sama dengan berbagai media publik terutama media massa sangat dibutuhkan supaya elemen masyarakat mendapat kejelasan tentang kebijakan atau peraturan yang telah dibuat oleh pihak Polda DIY. Selain itu penyampaian informasi juga penting diperhatikan supaya informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan jelas dan tidak terjadi salah pengertian.

Tindakan Polda DIY dalam merespon pengaduan masyarakat juga perlu diperhatikan. Baik laporan secara langsung maupun tidak langsung harus ditanggapi secara serius oleh divisi humas polda DIY. Pada masa sekarang yang semuanya serba digital, masyarakat cenderung mengadukan sesuatu kepada kepolisian via media sosial. Tanggapan dari pihak polda dalam merespon hal ini perlu diperhatikan. Hal ini juga mempengaruhi citra polda dalam menerima laporan dari masyarakat.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan berikut rumusan masalah yang akan diangkat: bagaimana strategi dari divisi humas Polda DIY dalam membentuk citra baik polisi di mata masyarakat. Selain itu artikel ini juga untuk mengetahui bagaimana sikap Polda DIY dalam merespon pengaduan dari masyarakat dan juga untuk mengetahui bagaimana divisi humas Polda DIY dalam menyampaikan transparansi atas kasus yang sedang ditangani.

3. Tujuan Penelitian

- a Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi divisi Humas Polda DIY dalam membentuk citra positif di mata masyarakat
- b Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan dari pihak Polda DIY dalam merespon pengaduan dari masyarakat
- c Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana divisi humas Polda DIY dalam menyampaikan transparansi atas kasus yang sedang ditangani polri.

4. Manfaat Penelitian

- a Secara praktis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada para praktisi Humas Polda DIY dalam membangun atau melaksanakan proses strategi membangun citra positif terhadap masyarakat, hal tersebut tidak lepas dari cara berkomunikasi atau penyampaian yang transparan dan harapannya dapat memberikan gambaran tentang komunikasi dan hambatan yang terjadi pada Humas Polda DIY dalam membangun kinerja anggota kepolisian.
- b Secara Akademik: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah pandangan teoritis dalam suatu bidang studi mengenai strategi public relations dalam membentuk citra positif pada Polri

5. Literature Review

a) Teori Public Relations

Tinjauan pustaka diambil dari beberapa penelitian yang mengacu pada buku atau jurnal penelitian terdahulu sebagai pendukung dan landasan teori serta data relevan. Sumber penelitian yang diangkat diantara lainnya yaitu buku *The Practice Of Public Relations* tentang definisi dari public relations yakni proses terencana yang dilakukan kepada publik untuk mempengaruhi pendapat yang diyakini melalui karakter dan kinerja yang baik, berdasarkan komunikasi dua arah yang memuaskan (Seitel, 2004).

Sementara itu menurut sumber lain public relations ialah segala bentuk komunikasi yang terskema dengan baik dan diarahkan pada internal dan eksternal, antara suatu instansi dengan publik dengan tujuan baik yang berlandaskan dengan rasa saling (Jefkins, 2003).

Kemudian pada pendapat yang ditemukan di sumber yang lain, mengatakan bahwa public relations merupakan suatu fungsi manajemen yang bekerja secara membangun dan mempertahankan hubungan yang terjalin antara organisasi dengan khalayak yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan organisasi tersebut (Cutlip et al., 2011). Teori tentang public relations sebagai fungsi manajemen dipilih karena dalam institusi kepolisian yang terkhusus Polda DIY membutuhkan suatu strategi atau perencanaan yang tepat untuk mengelola segala jenis informasi yang ada.

b) Teori Strategis

Definisi strategis dalam manajemen sering disebut pula dengan rencana strategis atau rencana jangka panjang perusahaan. Perusahaan memiliki rencana dengan bergaris besar berbentuk tindakan yang akan diambil pada kurun waktu kedepan. Waktu untuk menjalankan suatu perencanaan tentu sangat bervariasi. Di masa lalu para ahli menyebut sekitar 25 tahun, tetapi untuk sekarang ini sangat jarang perusahaan menetapkan rencana nya selama 25 tahun kedepan. Pada saat ini sebagian besar perusahaan lebih memilih 5-10 tahun. Alasannya untuk masa sekarang lebih sulit untuk menerka-nerka perubahan yang terjadi. Setiap perubahan itu saling mengait, sehingga perkiraan terjauh yang dapat diduga itu sangat terbatas (Kasali, 1994).

Menilik pada sumber yang lain pengertian dari strategis adalah suatu perencanaan yang besar dengan mengarah pada masa depan kemudian menghadapi persaingan untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan. Rencana yang ada pada sebuah strategi didalamnya bagai permainan perusahaan, skema yang terhadir tak terulas secara rinci, meskipun begitu rencana adalah kerangka yang akan menjadi dasar untuk mengambil keputusan dalam manajerial perusahaan. perihal strategi ialah sebuah cerminan bagaimana, apa, kapan dan dimana perusahaan akan bersaing lalu dengan siapa perusahaan itu bersaing dan punya tujuan untuk apa (Robinson et al., 2009).

Sumber teori selanjutnya pada Jurnal Strategi Komunikasi Eksternal Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Mengelola Citra Positif Institusi yang ditulis oleh Salt Masitoh. Pada jurnal tersebut telah diteliti terkait bagaimana strategi komunikasi eksternal yang dilakukan oleh humas Polda DIY dalam mengelola citra positif yang menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pada jurnal kali ini skema yang digunakan oleh humas Polda DIY untuk berkomunikasi pada ranah eksternal yakni berbasis pada kemitraan dan media sosial. Disini divisi humas melaksanakan penerapannya melalui

program Bhabinkamtibnas yang diposisikan di setiap desa dan kelurahan. dengan demikian, cara tersebut untuk menunjang hubungan baik dengan publik. Untuk bagian media sosial sendiri humas Polda DIY memakai strategi pengelolaan seluruh media sosial yang digunakan, agar publik mampu mengakses seluruh kebijakan serta aktivitas Polda di akses seluruh kebijakan serta aktivitas kepolisian Yogyakarta secara cepat dan transparan. Pihak-pihak yang menjadi sasaran dalam komunikasi eksternal ialah masyarakat, humas-humas institusi/lembaga yang bergabung sebagai mitra dan juga media. Media pada kali ini yang dimaksudkan yaitu wartawan, pers dan pimpinan redaksi. Untuk media tidak masuk sebagai sasaran komunikasi eksternal melainkan menjadi mitra bagi humas kepolisian DIY untuk bersama-sama menjaga keamanan dan ketertiban Daerah Keistimewaan Yogyakarta (Pratiwi Wahyu Widiarti, 2018). Dari teori yang sudah disebutkan terkait strategi public relations bisa dikatakan Polda DIY patut untuk merencanakan suatu skema yang matang dan harus dilakukan secara bertahap agar mampu menyelesaikan persoalan dengan baik dan berhati-hati.

c) Teori Opini Publik

Opini publik dan citra perusahaan merupakan bagian yang ada dalam proses interaksi antara publik dan perusahaan yang berhubungan dengan public relations, lalu menurut Leonard W. Doob, dalam Sunarjo, yang berjudul Opini Publik. Sumber tersebut menjelaskan bahwa opini publik adalah suatu sikap yang berisi pendapat baik pribadi maupun kelompok dan mereka merupakan anggota dari kelompok masyarakat yang sama. Pembentukan pada sebuah opini itu tergantung dengan sikap opini pribadi dan kelompok. Karena salah satu pencipta opini yakni dari pengalaman yang didapatkan pribadi dan dalam kelompok (Sunarjo, 1984).

Pada tinjauan sumber yang lain, menerangkan pengertian opini publik yakni sebuah pernyataan yang diungkapkan dalam proses komunikasi dan berefek untuk baik komunikator maupun komunikan, kemudian bersifat kontroversial sebagai bentuk pengekspresian sejumlah orang atas sebuah masalah yang menyangkut kepentingan umum (Effendy, 1998). Dua teori tersebut mengarah pada konklusi bahwa opini publik didapatkan dari sebuah pernyataan pribadi dan kelompok atas bentuk pengekspresian terhadap suatu masalah sosial yang berkaitan dengan kepentingan umum.

d) Teori Krisis

Terjadinya krisis pada sebuah perusahaan harus mampu untuk diantisipasi dan perusahaan harus selalu siap untuk mengantisipasi. Dikarenakan jika perusahaan dapat mengantisipasi maka akan siap dalam menghadapi masalah krisis. Kegiatan dalam mengantisipasi dilakukan sebagai usaha pencegahan sebelum terjadinya krisis. Kegiatan tersebut sudah seharusnya dipahami oleh manajemen untuk menghadapi permasalahan untuk mencegah terjadinya korban, sangat dibutuhkan pantauan yang baik ketika kerusakan terjadi

dan mendapatkan kembali kegiatan usaha agar terjamin usaha perusahaan. perusahaan amat membutuhkan sebuah pencegahan terhadap isu yang ada pada publik walaupun tampak sepele tetapi dapat memukul perusahaan itu sendiri (soemirat & ardianto, 2004).

Mengenai arti krisis, selanjutnya adalah pengertian krisis menurut sumber lain, krisis adalah kondisi yang sangat genting dimana saat kondisi seperti itu bisa berakibat baik atau buruk, semua tergantung pada penanganannya. Apabila situasi krisis ditangani dengan baik maka akan mendapatkan situasi yang baik, sebaliknya jika ditangani dengan buruk maka akan mengakibatkan kondisi yang buruk bahkan hingga fatal (Anonymous, 1993). Dari teori yang sudah dipaparkan, dapat dikatakan situasi krisis adakalanya melanda suatu perusahaan dan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa sikap antisipasi dan pencegahan benar-benar dibutuhkan untuk menghindari rusaknya citra perusahaan, selain itu penanganan krisis yang baik juga salah satu kunci, dikarenakan hal itu merupakan suatu momen yang menentukan nasib perusahaan yang baik atau buruk.

Metode

Dalam jurnal kali ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif (library research). Penelitian kualitatif deskriptif (library research) merupakan suatu metode penelitian yang objek kajiannya berasal dari data pustaka berupa buku, jurnal sebagai sumber datanya. Penelitian ini dilakukan dengan membaca, menelaah, menganalisis berbagai literatur yang ada berupa buku ataupun jurnal yang tentunya relevan dengan topik yang dibahas, setelah itu dituangkan ke dalam bentuk tulisan. Penelitian ini dilakukan dengan cara mencari informasi yang umum terlebih dahulu lalu kemudian memperoleh informasi yang lebih spesifik.

Subjek yang diteliti pada penelitian kali ini adalah bidang kehumasan dari polda DIY. Penelitiannya dilakukan dengan cara mencari sumber bacaan yang relevan dengan bidang kehumasan dari polda DIY. Sedangkan objek yang diteliti adalah bagaimana strategi humas polda DIY dalam menciptakan citra positif institusi tersebut.

Metode kualitatif deskriptif merupakan metode yang menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara studi kepustakaan yang berarti penelitian ini dalam mencari sumber tidak hanya terbatas pada buku-buku saja, tetapi dapat juga diambil dari dokumentasi, koran, majalah dan lain-lain. metode penelitian ini tidak meminta kita untuk turun langsung ke lapangan melihat kenyataan yang ada. Dengan meneliti melalui sumber-sumber literature yang relevan atau berkaitan pada rumusan masalah yang ada, diharapkan mampu menemukan data yang valid kemudian menjawab keresahan yang terjadi di tengah masyarakat tentang kepuasannya terhadap kinerja Polda DIY. Pada teknik ini dipergunakan untuk memperkuat fakta guna membandingkan perbedaan dan persamaan antara teori dan praktik terkait permasalahan dalam penyampaian Humas Polda DIY apakah sudah melakukan komunikasi dengan efisien.

Hasil dan Pembahasan

Bagian Bagaimana strategi divisi Humas Polda DIY dalam membentuk citra positif di mata masyarakat

Hubungan masyarakat atau yang sering disingkat humas merupakan suatu profesi yang berkegiatan untuk mengelola dan menyampaikan informasi dari individu atau kelompok kepada masyarakat. Seorang humas memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan menyampaikan informasi yang ada kepada masyarakat agar masyarakat umum mengerti tentang apa peraturan yang ada di perusahaan tersebut. Sebagai sebuah profesi, humas merupakan salah satu profesi yang sangat krusial di dalam suatu perusahaan, karena baik atau buruknya citra perusahaan di tentukan oleh bagaimana seorang humas menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat. Selain itu juga diperlukannya strategi dalam menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat supaya informasi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas kepada masyarakat dan juga pandangan masyarakat kepada instansi tersebut juga baik (Putri, 2014).

Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan suatu instansi kepolisian dibawah naungan Kepolisian Republik Indonesia yang bertugas di wilayah provinsi. Institusi ini juga memiliki divisi humas yang memiliki peran untuk mengelola informasi, melakukan pemberitaan, serta menyampaikan seluruh informasi yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan ataupun informasi tentang polda DIY itu sendiri. Seorang divisi humas Polda haruslah memiliki strategi dalam mengkomunikasikan informasi terkait kebijakan kepada masyarakat. Supaya masyarakat menjadi tahu dan paham terkait kebijakan apa saja yang telah dibuat oleh pihak polda. Selain itu strategi ini juga diperlukan supaya pandangan atau citra Polda DIY tetap bagus di pandangan masyarakat. Hal ini juga dapat membantu untuk meningkatkan citra positif dari Polda DIY ini sendiri. Beberapa strategi yang mungkin dapat dilakukan mungkin antara lain :

- Menjadi media komunikasi yang baik

Sebagai salah satu profesi yang cukup krusial dalam bagaimana masyarakat menilai citra kepolisian khususnya Polda DIY, ini merupakan pekerjaan rumah yang cukup serius bagi humas Polda DIY tentang bagaimana cara menyampaikan informasi mengenai kebijakan-kebijakan Polda, atau berita yang harus disampaikan kepada masyarakat dengan baik supaya masyarakat menjadi paham mengenai kebijakan-kebijakan tersebut serta pandangan mereka terhadap Polda DIY juga bagus. Seorang humas haruslah memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik supaya dapat menyampaikan informasi tentang suatu instansi dengan baik dan tidak ada kendala. Karena humas merupakan penghubung antara instansi dengan masyarakat maka diperlukan komunikasi yang baik supaya bisa terjalin komunikasi dua arah yang efektif.

Karena sejatinya kegiatan humas merupakan bagian dari teknik berkomunikasi dengan ciri khas komunikasi dua arah antara suatu instansi dengan masyarakat.

Dalam komunikasi dua arah tentu diperlukan yang namanya umpan balik atau feedback. Bagi humas Polda, umpan balik melalui respon masyarakat yang diciptakan akan memberi perbaikan dan perubahan, perkembangan sebagai efeknya. Seorang humas akan menganalisa apakah respon yang didapat positif sehingga berdampak baik bagi citra perusahaan atau malah negatif sehingga kurang menguntungkan bagi instansi tersebut. Jika ada respon yang kurang baik, seorang humas akan langsung mengevaluasi mengapa masyarakat tersebut bisa memberikan respon yang kurang baik lalu memperbaikinya supaya respon masyarakat kembali bagus.

- Mengadakan Kerja sama dengan berbagai media masa

Selain melakukan sosialisasi langsung dengan cara terjun langsung ke masyarakat penggunaan media massa juga salah satu cara yang efektif dalam menyampaikan informasi terkait kebijakan-kebijakan atau informasi yang harus disampaikan kepada masyarakat. Penggunaan media massa tersebut bisa melalui media cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan sebagainya. Bisa juga menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, atau sejenisnya. Selain menggunakan kedua media tersebut, humas Polda DIY juga bisa memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi mengenai informasi tentang Polda DIY. Di era sekarang yang sudah serba digital bisa dimanfaatkan yang mana mungkin mayoritas masyarakat Indonesia sudah memiliki sosial media bisa digunakan juga sebagai media publikasi.

Selain itu, bekerja sama dengan beberapa media relations juga salah satu cara yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan Polda. Salah satu kegiatannya bisa dengan bekerja sama dengan media pers dan melakukan konferensi pers.

Pada tanggal 12 Februari 2018 dilakukan sebuah wawancara yang menghadirkan beberapa sumber yang mempunyai kapasitas serta memahami proses penyusunan strategi komunikasi eksternal pada humas Polda DIY, yakni, yang pertama, Kepala Sub Bidang Penerangan Masyarakat (Kasubbid Penmas), yang kedua, Bidang Humas (BidHumas), yang terakhir, Kopol Sri Sumarsih. Mereka menjelaskan bahwa Humas Polda DIY telah melaksanakan tugasnya pada ruang lingkup strategi komunikasi eksternal yang bertujuan untuk mengelola citra positif pada Polda DIY melalui cara dokumentasi dan publikasi program Bina Masyarakat yang dilakukan oleh Bhabinkamtibmas (Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat), mensosialisasikan kebijakan, menyusun press release, konferensi pers, jumpa pers, mengundang dan melakukan rapat koordinasi dengan humas-humas pemerintah di D. I.Yogyakarta.

Strategi komunikasi humas Polda DIY dalam mengelola citra positif dilakukan melalui kemitraan dan media sosial. Dan program yang diambil dari kemitraan yaitu ada Bhabinkamtibnas yang di posisikan di setiap desa dan kelurahan dan humas institusi terkait yang menunjang kinerja para anggota Polda DIY. Sementara itu pada basis strategi media sosial dikerjakan dengan meningkatkan pengelolaan media sosial yang dimiliki Polda DIY agar publik dapat mengakses segala bentuk informasi tentang kepolisian secara cepat dan efisien. Dalam hal ini pihak yang menjadi sasaran komunikasi eksternal yang dilakukan Humas Polda DIY yaitu masyarakat, media dan humas institusi atau lembaga yang terkait. Pada pengelolaan komunikasi eksternal dalam media disampaikan lewat bentuk media massa, media mainstream, media sosial dan kanal digital youtube lalu pelaksanaannya dijalankan dengan selalu up to date dan dikerjakan secara intensif .(Pratiwi Wahyu Widiarti, 2018b) Berbagai skema komunikasi eksternal digunakan oleh Polda DIY, tentunya usaha tersebut dilaksanakan untuk memelihara citra pada Polda DIY dan mengkomunikasikan beraneka macam kebijakan yang dibentuk kepada publik.

Terjalinnya kerjasama antara Bidhumas Polda DIY dengan media adalah untuk menjadikannya institusi pemberitaan, jalinan kerjasama tersebut dilaksanakan sebagai alat bantu dalam pengelolaan informasi baik internal maupun eksternal. Sifat mutualis dalam hubungan yang saling ketergantungan antara Polda DIY dengan publik dan dijalankan melalui Bidhumas merupakan salah satu kunci kelancaran peelolaan informasi dalam institusi.

Pada beberapa kasus kadangkala permasalahan timbul dari para jajaran anggota Polda DIY itu sendiri. Pelanggaran etika hingga terdapat juga tindakan kriminal dilakukan oleh oknum anggota Polda DIY yang secara tidak langsung mencoreng nama baik dan kredibilitas Polda DIY. Hadirnya pemberitaan negatif tersebut, Polda DIY harus cermat dalam menyikapinya agar mampu mengembalikan citra positif pada publik atas nama baik dan kredibilitas Polda DIY. Maka dari itu yang dilakukan Polda DIY adalah dengan mempublikasikan tindakan kebaikan sekaligus mempublikasikan hal yang mengenai tindakan keburukan yang dilakukan oleh anggota Polda DIY. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat tahu bahwa Polda DIY tidak membiarkan para anggota dan jajaran Polda DIY yang melakukan pelanggaran etika dan tindakan kriminal tetapi juga menindak tegas mereka. Bentuk tindakan tegas pun disesuaikan dengan pelanggaran yang dilakukan.

Hal lain mengenai komunikasi eksternal yang dilakukan Humas Polda DIY ialah dengan menerbitkan laporann atau jurnal yang dapat dijadikan pedoman pegangan masyarakat baik internal maupun eksternal. Laporan yang diterbitkan dibagi menjadi dua yaitu laporan yang terbit satu bulan sekali dan laporan yang terbit satu tahun sekali. Laporan yang diterbitkan pada satu bulan sekali ialah majalah Manggala, kemudian laporan yang diterbitkan satu tahun sekali disebut Laporan Jumpa Pers Akhir Tahun. Namun, walaupun publik internal dan eksternal sudah diberikan pedoman tersebut, tetap saja ada kegiatan kehumasan yang dijalankan karena seringkali terjadi situasi yang mengandung propaganda. Misal kerap kali Polda DIY dihadapkan pada situasi yang sulit sehingga Polda DIY harus sigap dan tepat dalam menangani kondisi tersebut (Dwi Abadi, 2017). Oleh karena itu

strategi tersebut merupakan bentuk komunikasi Polda DIY dimana berbagai strategi digunakan untuk menjaga dan memelihara citra Polda DIY.

Bagaimana tanggapan Polda DIY dalam merespon pengaduan dari masyarakat

Untuk meningkatkan citra suatu perusahaan maka dibutuhkan hubungan timbal balik antara perusahaan tersebut dengan masyarakat. Dalam hal ini Polda DIY harus bisa menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Hal ini agar pandangan masyarakat terhadap pihak kepolisian menjadi bagus. Sehingga ini dapat meningkatkan citra positif Polda di mata masyarakat. Dengan terciptanya hubungan yang harmonis dengan masyarakat juga mewujudkan visi dari Polda DIY itu sendiri yaitu mampu menjadi penjuror untuk mendorong dan membangun kepercayaan masyarakat serta opini positif guna mewujudkan citra Polri (Siti Khoirun Nisak, 2018).

Pengaduan masyarakat merupakan suatu informasi yang penting bagi pihak penyelenggara pelayanan untuk memperbaiki kesalahan yang terjadi, selain memperbaiki juga untuk menjaga dan meningkatkan pelayanan yang dikerjakan secara konsisten agar menghasilkan pelayanan yang sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan. Manajemen pengaduan adalah penampungan, pencatatan, penelaahan, penyaluran, pengkonfirmasi, pengklarifikasi, pemberian sebuah alternatif kepada pengadu dan melakukan dokumentasi serta sosialisasi terkait hasil pengelolaan pengaduan, seluruh hal tersebut dinamakan proses kegiatan pengaduan (Fonar Syukri, 2009).

Supaya terciptanya hubungan yang harmonis, maka respon kepolisian terhadap pengaduan masyarakat juga perlu diperhatikan. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi bagaimana pandangan masyarakat terhadap pihak kepolisian dalam merespon pengaduan. Apabila pihak kepolisian sigap dan cepat dalam menangani pengaduan dari masyarakat tersebut maka pandangan masyarakat terhadap pihak kepolisian akan bagus, dan bukan tidak mungkin citra kepolisian khususnya Polda DIY juga akan menjadi positif. Tetapi sebaliknya jika pihak kepolisian tidak sigap atau cenderung mengabaikan pengaduan dari masyarakat maka pandangan masyarakat kepada pihak kepolisian akan menjadi buruk dan citra Polda DIY pun akan menjadi negatif di mata masyarakat

Belum lama ini sempat muncul tagar #percumalaporpolisi, hal ini merupakan bentuk kekecewaan masyarakat terhadap institusi kepolisian dalam menindaklanjuti laporan dari masyarakat ataupun dalam menangani kasus-kasus tertentu (Setyawan, 2022). Hal ini tentunya merupakan evaluasi dari masyarakat kepada pihak kepolisian. Pihak kepolisian khususnya Polda DIY harus segera menindaklanjuti terkait dengan kejadian ini agar pandangan masyarakat kepada pihak kepolisian tidak lagi buruk.

Melihat pada kasus lain mengenai pengaduan pada tahun 2019, persoalan yang terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta sedang marak terjadi penipuan pada ranah jual beli online,

laporan pengaduan kepada Polda DIY tentang kejahatan penipuan jual beli online yang membuat gelisah para penjual dan pembeli. Dari informasi yang didapatkan oleh Tim Cyber Polda DIY ditemukan kasus tersebut di tiap bulan seperti contoh kasusnya yaitu pembeli yang membeli barang lewat jual beli online kemudian sudah membayar tetapi barang yang dipesan tak sampai ke tangan pembeli, kasus serupa menimpa seorang siswi SMP di Sleman Yogyakarta "membeli sebuah handphone melalui media sosial instagram, namun barang tersebut tak dikirim (Ikrob Didik, 2019).

Bagian yang menangani kasus di media digital adalah Direktorat Reserse Kriminal Khusus (Ditreskrimsus) memiliki anggota bernama AKBP Yulianto bagian Kasubdit 5 cyber mengatakan bahwa pada tahun 2019 terdapat 117 kasus yang masuk dari Januari hingga Desember (kasus penipuan jual beli online spesifik barang) dan kerugiannya mencapai milyaran rupiah. Meskipun sudah menangani ratusan kasus, tim cyber terutama AKB Yulianto merespon bahwa masih perlu proses untuk pengembangan lebih lanjut (terutama butuh adanya pengembangan dari sisi SDM). Sebab banyaknya laporan kasus tentang membeli barang, namun barang tak sampai. Akibatnya ada beberapa kasus jual beli barang online spesifik pada Polda DIY tahun 2019 yang masih dalam proses penyelidikan (Awaliah & Prabowo, 2021).

Sejauh ini respon dari Polda DIY dalam merespon pengaduan masyarakat bisa dibilang cukup baik. Karena Polda DIY telah menyiapkan beberapa layanan untuk memfasilitasi pengaduan masyarakat. Beberapa diantaranya adalah jika masyarakat membutuhkan layanan darurat terkait pelayanan keamanan dan ketertiban bisa langsung menghubungi call center Polda DIY di 110 (Sunartono, 2014). Selain itu juga terdapat beberapa nomor langsung menuju Polda DIY, Polres Bantul, Polres Kulonprogo, Polres Gunung Kidul, Polresta Sleman, hingga Polresta Yogyakarta (Suryo, 2022). Nomor-nomor tersebut bisa langsung dihubungi via whatsapp sesuai dengan layanan yang tersedia dalam layanan pengaduan tersebut. Nantinya pengaduan tersebut akan segera ditindaklanjuti secara langsung oleh kapolda dan para kapolres DIY. Bagian yang paling penting adalah identitas si pelapor akan dirahasiakan.

Dengan dilakukannya hal seperti ini menunjukkan betapa sigapnya Polda DIY dalam merespon pengaduan masyarakat. Serta setiap laporan yang masuk langsung ditindaklanjuti. Dengan kesigapan seperti ini maka akan membuat pandangan masyarakat terhadap pihak kepolisian khususnya Polda DIY akan menjadi baik dan dengan itu maka citra dari Polda DIY sendiri akan positif.

Bagaimana divisi humas Polda DIY dalam menyampaikan transparansi atas kasus yang sedang ditangani

Berbicara mengenai transparansi, transparansi merupakan. Keputusan yang diambil dan pelaksanaannya dilakukan dengan cara atau mekanisme yang mengikuti aturan atau regulasi yang ditetapkan oleh lembaga. Transparansi juga bisa berarti bahwa informasi yang berkaitan dengan organisasi tersedia secara mudah dan bebas serta bisa diakses oleh mereka

yang terkena dampak kebijakan yang dilakukan oleh organisasi tersebut. Kalaupun ada informasi yang tidak boleh diketahui oleh publik, yang sering disebut dengan "rahasia perusahaan", maka harus ada kriteria yang jelas untuk itu. Keterbukaan juga bisa berarti informasi yang cukup berkaitan dengan kinerja lembaga tersedia dan disajikan dalam bentuk atau media yang mudah dipahami masyarakat. Sebuah institusi seperti Polda DIY haruslah bersikap transparan dalam menyampaikan informasi tentang kasus yang sedang ditangani kepada masyarakat. Dengan itu masyarakat juga bisa mengetahui jalannya kasus yang sedang ditangani oleh pihak kepolisian. Serta masyarakat juga bisa melakukan pengawasan secara langsung terkait kinerja kepolisian dalam menyelesaikan suatu masalah. Dengan melakukan transparansi juga dapat membantu untuk meningkatkan citra positif Polda DIY. Apabila dalam menangani kasus Polda DIY dapat menerapkan transparansi maka citra kepolisian khususnya Polda DIY akan positif di masyarakat. Tetapi jika Polda tidak mampu transparan atau ada sesuatu yang disembunyikan maka akan berdampak kepada citra Polda itu sendiri, citra Polda akan negatif di mata masyarakat dan bukan tidak mungkin masyarakat semakin tidak percaya kepada pihak kepolisian.

Sejauh ini, dalam melakukan transparansi Polda DIY sudah melakukan dengan cukup baik, hal ini dibuktikan dengan penghargaan yang telah diterima Polda DIY karena telah transparan dalam mengelola anggaran pada tahun 2020 silam. Penghargaan ini tentunya bukan penghargaan pertama yang telah diterima oleh Polda DIY, tetapi sudah sejak tahun 2015 Polda DIY menerima penghargaan tersebut. Hal ini tentunya merupakan bentuk transparansi yang dilakukan oleh Polda DIY. Selain itu juga Polda DIY telah melakukan transparansi terhadap kasus peredaran narkoba jenis ganja. Setelah menemukan keberadaan ladang ganja maka barang tersebut langsung dimusnahkan dengan cara dibakar.



Gambar 1. Pembakaran narkoba jenis ganja oleh Polda DIY

Dengan demikian masyarakat menjadi tahu bahwa barang bukti narkoba tersebut benar benar dimusnahkan. Sebelum melakukan penusnahan, kepolisian telah melakukan pembakaran terhadap ladang ganja seluas dua hektare.

Dengan melakukan hal seperti ini, maka transparansi terhadap kasus yang sedang ditangani benar benar telah dilakukan oleh Polda DIY. Hal ini tentu saja akan menimbulkan respon positif dari masyarakat dan citra kepolisian khususnya Polda DIY menjadi positif.

Simpulan

Kesimpulan:

Setelah meneliti tentang strategi divisi humas Polda DIY dalam membangun citra positif di mata masyarakat, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang dapat dilakukan oleh humas polda DIY dalam membangun citra positif diantaranya adalah menjadi media komunikasi yang baik, dan mengadakan kerja sama dengan beberapa media massa. Selain itu tanggapan Polda DIY dalam merespon pengaduan masyarakat juga sudah cukup baik karena telah disediakan layanan pengaduan dengan menghubungi call center 110, selain itu juga tersedia nomor nomor menuju beberapa polres di wilayah Yogyakarta, namun masih perlu meningkatkan ketepatan dan kecepatan dalam merespon dan penanganan saat masuknya laporan pengaduan masyarakat. Selain itu transparansi yang dilakukan Polda DIY dalam menangani kasus yang dihadapi sudah cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan terbukanya Polda DIY dalam menangani kasus peredaran narkotika jenis ganja.

Ucapan Terima Kasih

Kami ucapkan terima kasih yang pertama kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kesehatan dan kelancaran dalam mengerjakan penulisan ini, serta Bapak Muhammad Edy Susilo, MSI, selaku dosen mata kuliah penulisan ilmiah yang telah membimbing kami dari tahap awal penulisan sampai selesai. Terakhir kami sampaikan terima kasi untuk kawan-kawan saya yang telah memberi dukungan berupa semangat.

Daftar Pustaka

Buku

- Anonymous. (1993). *Public Relations*. Interstudi School of Public Relations.
- Awaliah, A. U., & Prabowo, H. Y. (2021). *Analisis peran Polda D.I. Yogyakarta dalam pengungkapan kasus penipuan jual beli online*. 3, 140–156.
<https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art13>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *effective public relations*. Kencana.
- Effendy, O. U. (1998). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Remaja Rosdakarya.
- Robinson, R. B., Pearce II, J. A., & Bachtiar, Y. (2009). *Strategic Management*. Salemba Empat.

- Nova, F. (2009). *Crisis public relations: bagaimana PR menangani krisis perusahaan*. Grasindo.
- Kasali, R. (1994). *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. Erlangga.
- Seitel, F. P. (2004). *The Practice Of Public Relations*. Charles E. Merrill Publishing Company.
- Sunarjo, D. S. (1984). *Opini Publik*. Liberty.
- soemirat, soleh, & ardianto, elvinaro. (2004). *Dasar- dasar Public Relations (Vol. 3)*. PT REMAJA ROSDAKARYA.

Artikel dari website dengan nama penulis

- Fanar Syukri, A. (2009). *Standar Pelayanan Publik Pemda (Berdasarkan ISO 9001/IWA-4)*. Kreasi Wacana.
- Ikrob Didik, I. (2019, April 26). *Cerita lengkap siswi SMP beli ponsel Rp900 ribu malah disuruh bayar Rp21 juta*. Tribun Jogja.
- Putri, V. (2014, October 28). *Hubungan Komunikasi dan Public Relations*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/virlianaputri/54f4773c745513942b6c8c4b/hubungan-komunikasi-dan-public-relations#:~:text=Seorang%20humas%20diharuskan%20memahami%20keahlian,juga%20berperan%20sebagai%20fasilitator%20komunikasi>.
- Setyawan, H. (2022, January 25). *Tagar Percuma Laporan Polisi, Akademisi Unair: Bisa Picu Aksi Main Hakim Sendiri*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1553842/tagar-percuma-lapor-polisi-akademisi-unair-bisa-picu-aksi-main-hakim-sendiri#:~:text=%E2%80%9CTagar%20PercumaLaporPolisi%20ini%20merupakan%20ekspresi,dikutip%20Tempo%20dari%20Unair%20News>
- Suryo, D. (2022, November 10). *Kepolisian DIY Bagikan Nomor Layanan Pengaduan, Langsung Ditindak oleh Kapolda dan Kapolres*. Kompas TV. <https://www.kompas.tv/article/347166/kepolisian-diy-bagikan-nomor-layanan-pengaduan-langsung-ditindak-oleh-kapolda-dan-kapolres>
- Sunartono. (2014, October 7). *Polda DIY Buka Pengaduan Via 08112929000*. Solopos.Com. <https://www.solopos.com/polda-diy-buka-pengaduan-via-08112929000-542273>

Jurnal online

- Pratiwi Wahyu Widiarti, S. M. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL HUMAS POLDA D. I. YOGYAKARTA DALAM MENGELOLA CITRA POSITIF INSTITUSI THE EXTERNAL COMMUNICATION STRATEGY OF THE YOGYAKARTA POLICE PUBLIC RELATIONS IN MANAGING A POSITIVE IMAGE OF THE INSTITUTIONS*. www.jogja.polri.go.id,
- Siti Khoirun Nisak, M. (2018). *PERAN HUMAS DALAM RANGKA MENINGKATKAN CITRA POSITIF LEMBAGA KEPOLISIAN DI POLDA DIY THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS TO IMPROVE POSITIVE IMAGE OF POLICE INSTITUTION IN POLDA DIY*. <http://jogja.tribunnews.com/2018/01/11/sepan>

- Dwi Abadi, M. T. L. (2017). *PERAN BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT KEPOLISIAN DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DALAM MANAJEMEN KOMUNIKASI PUBLIK* (Vol. 5, Issue 2).
- Siti Khoirun Nisak, M. (2018). *PERAN HUMAS DALAM RANGKA MENINGKATKAN CITRA POSITIF LEMBAGA KEPOLISIAN DI POLDA DIY THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS TO IMPROVE POSITIVE IMAGE OF POLICE INSTITUTION IN POLDA DIY*. <http://jogja.tribunnews.com/2018/01/11/sepan>