CYBER PUBLIC RELATIONS (CPR) DALAM MENINGKATKAN CITRA KEPOLISIAN DAERAH JAWA TIMUR

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dalam Bidang Ilmu Komunikasi



Oleh:

KIKI ANUGRAH PRATAMA PUTRI

NIM. B76215086

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2019

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama: KIKI ANUGRAH PRATAMA PUTRI

Nim: B76215086

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Alamat: Dsn. Ketok Ds. Tunggal Pager RT.01 RW.05 Kec. Pungging Kab.

Mojokerto

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik manapun.
- Skripsi ini adalah benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atau karya orang lain.
- 3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan ini sebagai hasil plagiasi, saya akan menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya 10 Januari 2019

Yang Menyatakan.

Kiki Anugrah Pratama Putri

NIM. B76215086

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama

: Kiki Anugrah Pratama Putri

NIM

: B76215086

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul

: CYBER PUBLIC RELATIONS (CPR) DALAM

MENINGKATKAN CITRA KEPOLISIAN DAERAH

JAWA TIMUR

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 10 Januari 2019

Dosen Pembimbing,

Dr. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si

NIP. 197312171998032002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Kiki Anugrah Pratama Putri telah dipertahankan di depan tim penguji skripsi

Surabaya 31 Januari 2019

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

<u>Dr. H. Abd. Halim, M.Ag</u> NIP. 196307251991031003

Penguji I

Dr. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si

NIP.197312171998032002

Penguji II

Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag NIP.196004121994031001

Penguji III

Dr. Ali Nurdin, S. Ag. M.S.

NIP.197106021998031001

Pengujii IV

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.IP., M.Si

NIP.197301141999032004



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA **PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300 E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas aka	demika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:				
Nama	ama : Kiki Anugrah Pratama Putri				
NIM	IIM : B76215086				
Fakultas/Jurusan	: Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi				
E-mail address	: kikianugrah75@gmail.com				
UIN Sunan Ampe ☑ Sekripsi ☐ yang berjudul:	gan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan l Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah: Tesis Desertasi Lain-lain () tions (CPR) Dalam Meningkatkan Citra Kepolisisan Daerah Jawa Timur				
Perpustakaan UIN mengelolanya da menampilkan/mer akademis tanpa pe	yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Non-				
	uk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN abaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta saya ini.				
Demikian pernyata	an ini yang saya buat dengan sebenarnya.				

Surabaya, 04 Februari 2019

Penulis 5BEB5AFF543065752 6000

Kiki Anugrah Pratama Putri

ABSTRAK

Kiki Anugrah Pratama Putri, B76215086, 2019. Implementasi *Cyber Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Kepolisian Daerah Jawa Timur, Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: cyber public relations, Meningkatkan Citra

Pada skripsi ini persoalan yang akan dikaji mencakup satu dua rumusan masalah, yaitu: Implementasi *cyber public relations* bidang humas dalam meningkatkan citra Kepolisian Daerah Jawa Timur dan Apa hambatan yang dialami dalam pelaksanaan *cyber public relations* bidang humas dalam meningkatkan citra Kepolisian Daerah Jawa Timur.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang terjadi secara tepat dan terperinci mengenai bagaimana penerapan dan kendala cyber public relations Humas Polda Jawa Timur di dalam media Komunikasi online.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat implementasi cyber public relations Humas Polda Jawa Timur dalam meningkatkan citra yaitu: menjalin kerjasama dari berbagai stakeholder, Menggunakan media mainstream, Kreatif dalam membuat konten-konten di setiap media online, Komunikasi dilakukan dua arah, membentuk komunikasi dua arah antara instansi dengan publiknya, Memberikan informasi kepada publik, Membentuk Citra Instansi Melalui Klarifikasi Berita dan Keberhasilan Polisi, Pengawan media online.

Beberapa hambatan yang dialami Humas Polda Jawa Timur dalam implementasi *cyber public relations* terletak pada kurangnya Sumber Daya Manusia, peralatan, kurang memadai, dan kurang koordinasi.

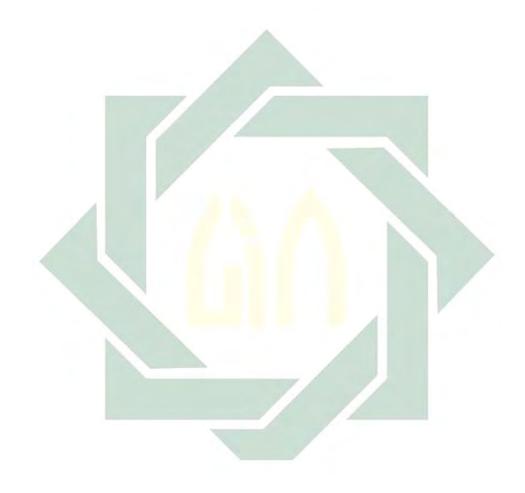
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Rumusan Masa <mark>lah</mark>	
C.Tujuan Peneliti <mark>an</mark>	
D.Manfaat Penelitian	
E.Kajian Hasil Peneliti Terdahulu	7
F.Definisi Konsep Penelitian	
G.Kerangka Pikir Penelitian	12
H.Metode Penelitian	14
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A.Kajian Pustaka	24
1.Cyber Public Relations	24
a. Fungsi Cyber Public Relations	25
b. Manfaat Cyber Public Relations	28
c. Jenis- Jenis Media Cyber	29
d. Peranan Humas Dalam Instansi Pemerintah	29
2.Citra (<i>image</i>)	31
a. Proses Pembentukan Citra	32
b. Jenis-Jenis Citra	35
c. Pencapaian Citra Positif	37
3. Kepolisian Negara Republik Indonesia	38

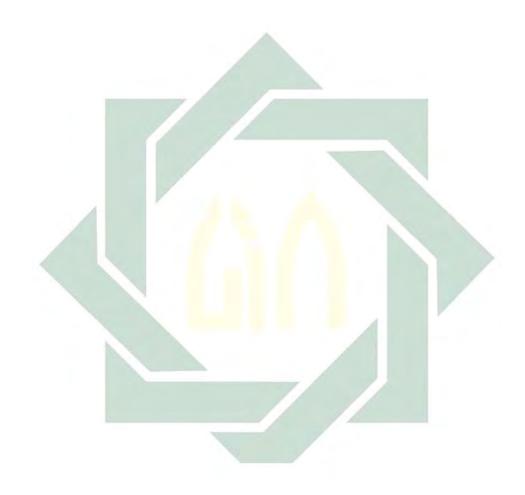
a. Pengertian Polisi	38
b. Tugas Polisi	39
c. Dasar Hukum Pemanfaatan Teknologi Informasi oleh Polri	42
B. Kajian Teori	44
1. Teori Sistem	44
2. Teori Impression Management	46
BAB III PENYAJIAN DATA	50
1. Logo Polda Jawa Timur	53
2. Visi dan Misi Polda Jawa Timur	54
BAB IV ANALISIS DATA	86
A. Temuan Penelitian	86
1. Implementasi cyber publik relations Polda Jawa Timur	86
2. Hambatan yang dialami dalam Pelaksanaan cyber public relation	ns 98
B. Konfirmas Hasil Temuan dengan Teori	100
BAB V PENUTUP	108
A. Simpulan	108
B. Rekomendasi	109
DAFTAR PUSTAKA	
BIODATA PENELITI	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	7
Tabel 1.2 Jadual Penelitian	23



DAFTAR BAGAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar.2.1 Model Pembentukan Citra	33
Gambar 3.1 Logo Polda Jawa Timur	53
Gambar 3.2 Logo Bidang Humas	57
Gambar 3.3 Instagram Humas Polda Jawa Timur	72
Gambar 3.4 Youtobe Humas Polda Jawa Timur	72
Gambar 3.6 Informasi mengenai berita hoax dikemas dengan menarik	73
Gambar 3.7 Tata cara penulisan berita pada website tribratanewsjatim.com	74
Gambar 3.8 Klarifikasi berita hoax melalui media sosial	77
Gambar 3.9 Polda Jawa Timur meraih prestasi dalam pengungkapan kasus	80
Gambar 3.10 Polda Jawa Timur menangkap pemalsuan akun	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan Public Relations dalam suatu perusahaan atau organisasi sangat penting. *Public Relations* adalah suatu kegiatan timbal balik antara lembaga dengan publiknya guna menciptakan, membina dan memelihara hubungan baik antara organisasi dengan pubiknya, dengan maksud menyesuaikan dirinya pada keadaan sekeliling dan memperkenalkan dirinya kepada masyarakat, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup badan itu.

Public Relations bertujuan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, jasa baik, kepercayaan, dan penghargaan kepada dan dari publik khususnya serta masyarakat umumnya¹.

Kegiatan *public relations* dapat dilaksanakan dengan menunjukkan hal-hal positif tentang apa yang telah dilaksanakan dan direncanakan. Serta dalam pelaksanaanya harus memberikan keterangan-keterangan atau penjelasan-penjelasan kepada publik dengan sebenar-benarnya, sehingga publik merasa diikut sertakan dalam usaha-usaha organisasi tersebut. Sikap yang simpatik, ramah dan kata-kata yang sopan

1

¹ Kustadi Suhandang, *Public Relations Perusahaa: Kajian Program Implementasi*, (Bandung: Yayasan Nuansa Cendekia, 2004), hlm. 47

menunjukkan perhatian terhadap kritik dan saran publik dapat memberikan kepuasan pada usaha-usaha publik.

Komunikasi melalui media elektronik telah membawa keseluruhan dimensi baru pada komunikasi. Percakapan dan penyampaian pendapat yang pertama kali dilakukan secara tatap muka dalam masyarakat, sekarang dilakukan di publik, antara sejumlah orang dalam beberapa kelompok usia. Seluruh kelompok online, dalam kegiatan seputar berbagai topik, isu, dan lokasi telah berkembang².

Internet, ibarat cairan yang berubah setiap detik, begitu beritanya mengalir, maka pandangan yang berbeda, laporan, dan aneka pendapat mengairi berbagai arsip dan forum. Perkakas pelacak canggih, dengan nama seperti *Gopher, World Wide web*, dan WAIS, dapat membantu membawa pulang semua sumber daya ini³.

Internet merupakan strategi baru yang digunakan praktisi PR dalam berkomunikasi dan mempertahankan hubungan dengan publiknya. Semua hubungan komunikasi itu diatur dengan tujuan untuk menciptakan *public understanding* (pengertian publik), *public confidence* (kepercayaan publik), *public support* (dukungan publik), *public cooperation* (kerjasama publik). Teknlogi informasi ini membawa paktisi PR guna me ncapai khalayak sasaran secara langsung, cepat, serta menghemat waktu dan biaya.

² Keith Butterick, *Pengantar Publik Relations: Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), hlm. 65

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

³ Sholeh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 190

Perkembangan public relations berevolusi seiring dengan perkembangan teknologi. Pengaruh teknologi komunikasi terhadap public relations dapat berbentuk alat atau media public relations atau sebuah bentuk baru bagi kegiatan PR, yang memunculkan istilah Cyber Public Relations, PR online, Net PR bentuk kegiatan atau bidang kajian PR dalam *dunia cyber* (dunia maya). Instansi dan organisasi yang menggunakan internet akan mengalami perkembangan pesat di tengah-tengah masyarakat. Informasi yang semakin hiterogen dan dapat menjangkau khalayak sasaran lebih besar. Pola komunikasi PR yang sebelumnya menggunakan media konvensional atau pola komunikasi massa telah diganti dengan pola yang lebih aktual setelah adanya internet.

Internet menjadi salah satu aset penting dalam PR suatu perusahaan atau organisasi untuk menjalankan program-programnya melalui website perusahaan ataupun media sosial. Usaha untuk memperoleh opini publik yang menyenangkan, positif, dan menguntungkan bagi perusahaan ialah dengan bersikap simpatik, bersikap terbuka dalam menerima saran, kritik ataupun opini publik. Publik akan tergantung kepada PR sebagai sumber informasi berita yang tidak tersaji di surat kabar dan media massa lainya.

Kepolisian Daerah Jawa Timur merupakan salah satu lembaga negara yang sering mendapat masukan ataupun kritikan dari masyarakat agar institusi ini berbenah diri, kesan buruk pernah melekat pada Polda Jawa Timur disebabkan karena Polda Jawa Timur yang gagal menyelesaikan 3 kasus korupsi paling menonjol yang

melibatkan pejabat Negara yaitu kasus jasa pungut yang melibatkan mantan Wali Kota Surabaya Bambang Dwi Hartono, kasus dugaan penyelewengan dana hibah Pilgub Jawa Timur 2013 yang melibatkan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), dan kasus dugaan korupsi Proyek Jembatan Brawijaya di Kediri.⁴ Nama Polda Jawa Timur juga pernah tercemar karena oknum Polisi Polda Jawa Timur yang diduga melakukan praktik pungutan liar (Pungli) dalam rekrutmen calon Bintara polisi wanita (Polwan).⁵ Setelah berita ini tersebar dan beredar di media massa, nama Polda Jawa Timur sempat menurun opini buruk timbul dari publik. Untuk memulihkan pemberitaan buruk tersebut berbagai upaya dilakukan oleh Polda Jawa Timur untuk meningkatkan kepercayaan dari masyarakat, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan publiknya dan semakin dekat dengan publik melalui berbagai pelayanan, Polda Jawa Timur dituntut untuk mampu memberikan dan mendapatkann informasi kepada masyarakat dengan cepat. Untuk mendukung terobosan yang dilakukan Polda Jawa Timur, diperlukan dukungan public relations Polda Jawa Timur dalam menjalanankan peran cyber public relations ini.

Media internet menjadikan *cyber public relations* Polda Jawa Timur memiliki peran yang lebih besar dalam melalukan komunikasi dengan publik serta meningkatkan layanan yang lebih cepat, mudah, efektif dan efesien untuk merealisasikan keterbukaan informasi publik. Layanan yang dilakukan oleh *cyber*

.

⁴ http://www.merdeka.com/peristiwa/polda-jatim-gagal-selesaikan-3-kasus-korupsi-paling-menonjol.html

⁵ http://www.jatim.tribunnews.com. Diakses pada tanggal 30 Januari 2019.

public relations Polda Jawa Timur ialah melalui website resmi dan sosial media yang diharapkan selain untuk sarana publisitas, layanan ini dapat menampung aspirasi rakyat.⁶

Cyber Public Relations sangat penting dan harus selalu proaktif dalam menjaga dan memantau mengenai pandangan masyarakat terhadap Polri di berbagai media manapun yang digunakan dan juga melakukan patroli berita hoax yang tersebar di media maya. Pengawasan tersebut dilakukan oleh CPR Humas Polda Jawa Timur. CPR juga digunakan dalam menekan isu negatif dan lebih banyak mempublikasikan isu positif agar meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Polda Jawa Timur dan menunjukan citra humanis. CPR menjadi pelopor pemanfaatan teknologi dan media sosial sebagai media publikasi berita dan sarana penyebarluasan informasi yang memuat berbagai peristiwa di berbagai satuan kepolisian di tingkat Polda Jawa Timur, siaran pers, pelayanan masyarakat, UU dan peraturan, serta profil Polri, atau memberikan kemudahan akses informasi yang berkaitan dengan apapun dengan tugas-tugas kinerja kepolisian⁷.

Dari uraian fenomena di atas tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti cyber public relations yang dilakukan humas Polda Jawa Timur melalui media online yang mereka punya seperti Website, Youtube, dan Media Sosial (Facebook, Twitter dan Instagram) dalam meningkatkan citra positif mengenai Kepolisian Daerah jawa

.

⁶⁶ http://www.republika.co.id. Diakses pada tanggal 30 januari 2019.

⁷http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt52c528ca1a7f8/melalui-website--polrijalininteraksi-dengan-publik. 11/10/2018

Timur. Peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai cyber public relaions Polda Jawa Timur.

B. Rumusan Masalah

- 1. Bagaimana implementasi *cyber public relations* bidang humas dalam meningkatkan citra Kepolisian Daerah Jawa Timur?
- 2. Apa hambatan yang dialami dalam pelaksanaan *cyber public relations* bidang humas dalam meningkatkan citra Kepolisian Daerah Jawa Timur?

C. Tujuan Penelitian

- 1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan implementasi *cyber public relations* bidang humas dalam meningkatkan citra Kepolisian Daerah Jawa Timur.
- 2. Untuk memahami dan mendeskripsikan hambatan yang dialami dalam pelaksanaan cyber public relations bidang humas dalam meningkatkan citra Kepolisian Daerah Jawa Timur.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya pada pengembangan *cyber public relations* untuk meningkatkan reputasi dan komunikasi melalui sarana media online.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan melalui data yang diperoleh secara langsung dari lapangan sebagai penerapan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan terkait *cyber public* relations.

Bagi instansi dan perusahaan, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk meningkatkan reputasi perusahaan melalui implementasi *cyber public relations*.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, masukan, menambah wacana keilmuan komunikasi dan acuan bagi penelitian selanjutnya.

E. Kajian Hasil Peneliti Terdahulu

Tabel 1.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

1	Anditya Y Angwa <mark>r mase</mark>				
Jenis Karya	Implementasi Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan				
	Reputasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Sebagai				
	Universitas Riset Berkelas Dunia				
Tahun	2014				
Penelitian					
Metode	Kualitatif				
Penelitian					
Tujuan	Untuk mengetahui implementas i cyber public relations dalam				
Penelitian	meningkatkan reputasi UGM Yogyakarta sebagai Univertivitas				
	riset berkelas dunia.				
Hasil	Kontribusi implementasi cyber PR dalam meningkatkan reputasi				
Penelitian	UGM berfokus pada publikasi yang terdapat pada bentuk-bentuk				
	implementasi seperti pembuatan press release, berita video				
	maupun penyediaan informasi di situs resmi. Publikasi dilakukan				
	dengan menggunakan unit-unit lain sebagai sumber informasi				
	tentang penelitian.				
Persamaan	Sama-sama meneliti tentang <i>cyber publik relations</i>				
Perbedaan	Penelitian ini berfokus pada peningkatan reputasi Universitas				
	Gadjah Mada Yogyakarta.				
2	Maylani Fitri Nur Imami				
Jenis karya	Aktivitas Cyber PR Pada Media Sosial PT. Telekomunikasi				
	Seluler Dalam Membangun Customer Engagement.				
Tahun	2016				
Penelitian					

Metode	Studi Kasus					
Penelitian						
Tujuan	Untuk mengetahui aktivitas cyber publik relations PT.					
Penelitian	Telekomunikasi.					
Hasil	Cyber PR PT. Telekomunikasi Selular melalui media sosial					
Penelitian	menerapkan aktivitas complain handlink, promsi, pengelolahan					
	isu, penyusunan program acara, serta publikasi dalam membangun					
	customer engagement. Tools yang digunakan dalam aktivitas					
	cyber PR-nya adalah Facebook dan Twetter. Selain itu aktivitas					
	CPR PT. Telekomunikasi Selular dalam membangun customer					
	engagement belum digunakan dalam setiap tahap proses					
	engagement.					
Persamaan	Sama-sama meneliti tentang cyber publik relations.					
Perbedaan	Penelitian ini berfokus pada aktivitas cyber publik relations yang					
	dilakukan di media sosial.					
3	Azman					
Jenis Karya	Jurnal, Strategi Publik Relations Membangun Citra positif Dalam					
	Film "Hancock".					
Tahun	2016					
Penelitian						
Metode	Diskriptif kualitatif pendekatan konten analisis.					
Penelitian						
Tujuan	Untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk memperbaiki					
Penelitian	citra dalam film Hancock.					
Hasil	Strategi mebangun citra yang dilakukan oleh Ray kepada					
Penelitian	Hancock meliputi beberapa tahapan diantaranya dengan					
	mempengaruhi dan meyakinkan Hancock, evaluasi diri,					
	pengharapan bentuk perubahan, pengakuan dosa dan patuh aturan,					
	slogan dan pelatihan cara berhubungan dengan masyarakat,					
	penampilan dan pembuktian citra.					
Persamaan	Sama-sama meneliti tentang Cyber Publik Relations dalam					
	meningkatkan citra.					
Perbedaan	Delana manalitian ini labih hanfalasa mada manalitian ashan DD					
refuedaan	Dalam penelitian ini lebih berfokus pada penelitian cyber PR dalam sebuah film dan mengkaji nilai-nilai dakwah islam.					

F. Definisi Konsep Penelitian

1. Cyber Public Relations (CPR)

Istilah *Cyber public relations* atau Net PR adalah nama lain dari bentuk kegiatan atau bidang kajian *Publik Relations* dalam dunia *cyber* (dunia maya). Kegiatan ini merupakan perspektif baru dalam bidang hubungan masyarakat.

E-PR adalah aktivitas PR (*Public relations*) yang menggunakan internet. E yaitu untuk electronic (elektronik). Sejalan dengan perkembangan revolusi online, demikian juga dengan popularitas huruf ke empat tersebut. Huruf 'e' dalam e-PR sama artinya dengan 'e' sebelum mail dan commerce yang merujuk pada medium electronic (elektronik) dunia internet. P untuk Public (Publik) atau biasa disebut audiens sedangkan R untuk Relations (hubungan). Membangun hubungan antara bisnis dengan audiens merupakan kunci keberhasilan dalam dunia internet. Ribuan hubungan satu-satu dapat dibangun secara terus menerus dalam dunia internet mengingat sifatnya yang interaktif. Oleh karena itu internet merupakan sarana pembangunan hubungan yang sangat kuat dalam dunia bisnis.⁸

Cyber public relations memungkinkan PR menjalin hubungan baik untuk mempertahankan dukungan publik internal dan eksternalnya. Praktisi PR perusahaan mempertimbangkan penggunaan internet sebagai salah satu strategi komunikasi Public Relations, guna mencapai publik sasaran secara langsung, tanpa intervensi dari

-

⁸ Suryadi, *Strategi Mengelola Public Relations Organisas, (*Jakarta: Edsa Mahkota, 2007, hlm. 49

pihak-pihak lain. Penggunaan internet dalam kegiatan public relations mampu mendekatkan perusahaan dengan publiknya.⁹

Dapat disimpulkan bahwa *Cyber public relations* ialah aktivitas praktisi PR yang dilakukan melalui dunia maya atau internet, guna membentuk kepercayaan publik, menjalin hubungan baik dengan publik dan membentuk citra instansi serta bersifat interaktif. *Cyber public relations* yang dimaksud disini ialah *cyber public relations* pada bidang humas Kepolisian Daerah Jawa Timur yang menjalankan program-programnya melalui media online yaitu Website, Youtobe, dan Media Sosial (Facebook,Instagram,Twetter) untuk menjalin hubungan baik dan membentuk kepercayaan kepada masyarakat.

2. Citra (*Image*)

Citra adalah kesan, perasaan, gambaran, dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang, atau organisasi. ¹⁰ Menurut Bernarld Katz, citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. ¹¹

Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputisi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk.

⁹ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 187

¹⁰ Ibid, hlm, 113

¹¹ Bernald Kats, Komunikasi Bisnis Praktis, Penerjemah: Soeharsono, (Pustaka: Bernaman Presindo, 1994), hlm. 67

Seperti peneriman dan tanggapan baik positif maupun negative yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. 12

Citra sebuah perusahaan atau instansi terbentuk karena beberapa hal yaitu sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan yang pernah diraih, dan sebagainya. Citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. 13

Berdasarkan penjelasan di atas memberikan pemahaman bahwa citra adalah kesan yang ingin disampaikan perusahaan atau organisasi dalam penelitian ini ialah Kepolisian Daerah Jawa Timur kepada publik agar bernilai positif tentang Kepolisian Daerah Jawa Timur. Citra terbentuk dari pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang.

3. Kepolisian Republik Indonesia

Menurut Satjipto Raharjo polisi merupakan alat negara yang bertugas memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, memberikan pengayoman, dan memberikan perlindungan kepada masyarakat.¹⁴

Dalam Pasal 2 Undang-undang N0.2 tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, fungsi kepolisian sebagai salah satu fungsi pemerintahan negara

¹³ M. Linggar, Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya. (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2001), hlm: 62

¹² Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 68

¹⁴ Satjipto Rahardjo, *Penegakan Hukum suatu tinjauan sosiologis*, Yogyakarta: Genta Publishing, 2009, hlm. 111

di bidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, pelindung, pengayom dan pelayan kepada masyarakat. Sedangkan lembaga kepolisian adalah organ pemerintah yang ditetapkan sebagai suatu lembaga dan diberikan kewenangan menjalankan fungsinya berdasarkan peraturan perundang-undangan.¹⁵

Dapat disimpulkan bahwa kepolisian adalah lembaga yang memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, dan memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Cyber public relations bertugas untuk monitoring, menyeleksi, menghimpun informasi yang masuk dan menyediakan informasi serta berinteraksi dengan publiknya. Seorang cyber public relations bertugas sebagai penghubung antara subsistem satu dengan subsistem lainnya, yaitu organisasi dengan publiknya untuk menyalurkan informasi melalui website yaitu seputar pemberitaan mengenai Kepolisian, membuat press release atau informasi berita, dan juga media sosial Facebook, Instagram, Twetter, Youtobe dengan menyampaikan infirmasi ringan namun dikemas secara rapi melalui konten-konten menarik, klarifikasi dan edukasi. Penyampaian informasi kepada publik yang sebagaimana teori Sistem. Yaitu Teori sistem berfokus pada aktivitas public relations yang membantu manajemen dalam

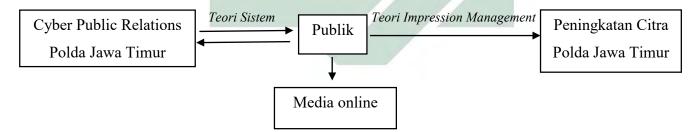
-

¹⁵ Sadjijono, *Memahami Hukum Kepolisian*, Yogyakarta: PT LaksBang Persindo 2010a, hlm. 52-53

mengelola komunikasi untuk mendukung interaksi antara organisasi dengan publiknya.

Praktisi PR juga membutuhkan media online tidak hanya sebatas untuk kepentingan instansi saja, tetapi juga menyangkut kepentingan publik dan unsur informasi terhadap apa yang dipublikasikan serta membangun citra positif terhadap publik atau khalayak. Dalam hal ini praktisi PR menggunakan teori *Impression Manajement* yaitu *public relations* dituntut mengelola media komunikasinya untuk memberitahukan wajah perusahaan kepada publiknya agar menimbulkan kesan positif. Untuk menimbulkan citra positif khalayak terhadap Polda Jawa Timur hal yang dapat dilakukan dengan cara memunculkan pemberitaan positif mengenai prestasi dan keberhasilan Polisi dalam menangani kasus.

Adapun bagan kerangka pikir penelitian yang sejalan dengan teori yang digunakan sebagai berikut:



Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah yang sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah tertentu yang diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan langkah pemecahannya.¹⁶

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah kualitatif. Menutut Bodgan dan Taylor, metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Kemudian penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang pengumpulan datanya berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berupa kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut, mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, poto-poto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya¹⁷.

Dipilihnya kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi secara tepat dan terperinci mengenai bagaimana penerapan dan kendala cyber public relations Humas Polda Jawa Timur di dalam media Komunikasi online.

¹⁷ Basrowi. Memahami Penelitian Kualitatif. (Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2008). Hlm: 21

¹⁶ Wahdi Bahtiar, Metode Penelitian Ilmu Dakwah, Jakarta: Logos, 2001, Hlm. 16

2. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang dianggap mampu memberikan informasi dan memiliki pengetahan terhadap *cyber public relations* dalam meningkatkan citra Polda Jawa Timur. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek peneliti adalah Humas Polda Jawa Timur dengan pertimbangan posisi Humas Polda jawa Timur yang berperan dalam melakukan kegiatan *cyber public relations* dengan mengelolah website dan media sosial. Maka pengelola cyber public relations dianggap subjek yang tepat dalam penelitian ini.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *public relations* dalam dunia cyber. Penelitian ini dilakukan pada Polda Jawa Timur. Dalam hal ini peneliti meneliti *public relations* dalam dunia cyber, komunikasi yang dilakukan antara institusi dengan pubiknya melalui internet baik melalui website, youtobe dan media sosial.

Dalam penelitian ini, fokus (obyek) kajianya ialah penerapan dan hambatan cyber public relations bidang Humas Polda Jawa Timur dalam meningkatkan citra Kepolisian Daerah Jawa Timur.

c. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Polda Jawa Timur yang beralamatkan di Jalan Ahmad Yani No.116, Gayungan, Wonocolo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Penelitian dilakukan di bagian bidang Hubungan Masyarakat Polda Jawa Timur.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melali perantara) yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan dalam penelitian¹⁸. Data primer dalam penelitian ini ialah implementasi *cyber public relations* dalam meningkatkan citra Kepolisian Daerah Jawa Timur. Pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara melihat, mengamati, dan mencatat tindakan dan pembicaraan subyek peneliti yaitu *cyber public relations* yang mengelolah website dan media sosial Humas Polda Jawa Timur. Dengan menggunakan observasi dan juga pedoman wawancara yang disusun oleh peneliti sebelum bertemu informan.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung data utama atau data primer. Data sekunder dalam penelitian ini adalah skripsi, jurnal, artikel, buku, referensi dari internet dan lain-lain. Data mengenai Polda jawa Timur juga berasal dari arsip instansi berupa profil Polda Jawa Timur, Program Kerja Bagian Humas Polda Jawa dan lainnya.

b. Sumber Data

¹⁸ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Pesada, 2016) hlm. 254.

Sumber yang memberi informasi dan data terkait penelitian yang dilakukan dalam penelitian kualitatif disebut informan. Pemilihan informan merupakan hal yang menjadi pertimbamgan utama dalam pengumpulan data.

Pada penelitian ini, peneliti memilih informan sebagai berikut:

- AKBP Putu Mataram, selaku Kaur Kemitraan Bidang Humas Polda Jawa Timur;
- Bripda Ice Larasati, selaku Admin Website dan berita Bidang Humas Polda Jawa Timur;
- Brigadir Liana, selaku Admin Media Sosial Bidang Humas Polda Jawa Timur;
- 4) Bripda Aldy, selaku Admin Youtobe Bidang Humas Polda Jawa Timur;
- 5) Bripda Sindita, selaku Admin Facebook Bidang Humas Polda Jawa Timur.

4. Tahapan Penelitian

Dalam melakukan penelitian kualitatif, perlu mengetahui tahap-tahap yang akan dilalui dalam proses penelitian ini.

a) Tahap Pra Lapangan:

Tahap ini merupakan tahapan persiapan sebelum penelitian dilakukan, adapun langkah-langkahnya adalah:

1) Menyusun rencana Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan menentukan lapangan atau lokasi yang akan dijadikan lokasi penelitian. Membuat rumusan masalah yang akan diteliti dari

fenomena yang ada di lapngan. Kemudian mencari informasi terkait. Setelah itu segala hal yang diteliti dan metodologinya dituangkan dalam proposal penelitian.

2) Mengurus perizinan

Setelah proposal penelitian disetujui, dilanjutkan mengurus surat izin penelitian untuk diajukan kepada tempat yang hendak diteliti untuk melakukan wawancara dan observasi.

3) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Sebelum penelitian diakukan, penulis mempersiapkan alat yang menunjang jalanya wawancara dan observasi di lapangan. Penelitti menyiapkan book note, tape recorder, kamera, dan lain sebagainya agar hasil yang diperoleh lebih maksimal.

b) Tahap Pekerjaan Lapangan

Sebelum melakukan wawancara lapangan, peneliti melakukan observasi lapangan terlebih dahulu. Melakukan pendekatan kepada informan dalam penelitian serta melakukan pengamatan secara langsung seputar data. Setelah itu membua pedoman wawancara seputar hal-hal yang ingin diteliti. Selanjutnya mengumpulkan data yang diperoleh untuk dikaji dan dianalisis lebih lanjut.

c) Tahap Penulisan

Setelah tahap lapangan selesai, penulis membuat dan menyusun laporan yang berisi kegiatan yang telah dilakukan dalam bentuk tulisan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti, sebagai berikut¹⁹:

a) Observasi

Observasi adalah mengadakan pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan keadaan tempat dan kondisi subyek dan obyek penelitian. Dalam penelitian ini pengamatan yang dilakukan peneliti adalah pengamatan obsevasi partisipasi melihat secara laangsung dalam kegiatan *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur melalui website dan media sosial yang dimiliki Humas Polda Jawa Timur.

b) Wawancara

Pada kesempatan wawancara, peneliti mendapat kesempatan secara langsung bertemu tatap muka dengan para informan untuk mengumpulkan data atau informai yang dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah dan fokus penelitian. Dengan bertemu langsung dan tatap muka akan mengurangi ketidakjelasan dalam proses wawancara serta dapat menggali lebih dalam data mengenai implementasi *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur. Wawancara pada lima informan staf bdiang Humas Polda Jawa Timur yang dilakukan di kantor.

-

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.224

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bias berbentuk tulisan, gambar, atau karya–karya monumental seseorang. Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, karya²⁰. Dokumen-dokumen yang dimaksud bisa berupa foto-foto, video, surat, profil lembaga, catatan harian dan lain sebagainya yang berkaitan dengan bidang Humas Polda Jawa Timur. Data dokementasi di peroleh saat berlangsungnya penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan. Peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huerman²¹, yaitu:

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih halhal yang pokok, memfokuskan pada halhal yang penting, dicari tema dan polanya,penyedehanaan data yang ada di lapangan, baik berupa hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasaan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 233

²¹ Ibid, hlm, 246

Pada penelitian ini peneliti mereduksi data dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan arsip-arsip resmi Humas Polda Jawa Timur.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendispleykan data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yamg bersifat naratif. Dengan mendispley data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang difahami tersebut. Peneliti akan memaparkan secara terbuka bagaimana proses cyber publik relations humas Polda Jawa Timur.

c. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Penelitian ini berusaha untuk mencari gambaran mengenai proses dan hambatan cyber publik relations humas Polda Jawa timur.

7. Uji Keabsahan Data

Teknik uji keabsahan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan metode triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang

bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada²².

Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Trianggulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data itu.²³

Dalam penelitian ini, peneneliti menggunakan triangulasi sebagai berikut:

1) Triangulasi Metode

Teknik ini dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survey. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut.

2) Triangulasi Teori

Teknik ini mengandung makna bahwa suatu fakta empiris hasil investigas divalidasi dengan beberapa teori dan harus memiliki kebenaran dalam teori tersebut. Disini peneliti melakukan langkah

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), blm, 241

²³ Lexi J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif..., hlm. 329

membandingkan atau menghubungkan hasil penelitian dengan teori yang sudah ada. 24

Dalam penelitian ini peneliti mencocokan data yang telah diperoleh dengan teori sistem dan teori *impression management* untuk melihat validitasnya.

I. Jadual Penelitian

-	BULAN			
Kegiatan	Okt	Nov	Des	Januari
Pengajuan Proposal	✓			
Pengurusan Izin	1			
Penyusunan instrument		\		
Pengujicobaan instrument		✓		
Pengumpulan data		\	V	
Pengolahan dan analisis data			\	✓
Penyusunan laporan penelitian	_		✓	√
Penyajian laporan				✓

Tabel 1.2 Jadual Penelitian

J. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah peneliti dan pembaca dalam memahami penulisan skripsi ini, peneliti membuat rancangan sistematika pembahasan sebagai berikut:

-

²⁴ Ibid, hlm. 273

Bab satu, yang merupakan bab pendahuluan yang berisikan Latar Belakang Masalah, Rumusan masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Hasil Penelitian Terdahulu, Definisi Konsep, Kerangka Pikir Penelitian, Metode penelitian, Jadwal Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab dua, berisikan kajian teoritik yang menjadi landasan penelitian ini dilakukan. Dasar pemikiran yang dapat dimunculkan pada bab ini adalah untuk mengetahui secara jeli tentang konsepsi bahkan beberapa teori yang dirasakan memiliki relevansi maksimal, sehingga menjadi tergambarkan secara jelas apa maksud yang dilakukannya, penelitian ini ditinjau dari sisi kepustakaan, disamping itu untuk mengidentifikasi berbagai teori yang memungkinkan untuk dikembangkan atau diperdalam konteksnya.

Bab tiga, berisikan tentang profil Polda Jawa Timur, menjelaskan profil Humas Polda Jawa Timur, menjelaskan tugas pokok per sub dari divisi humas Polda Jawa Timur beserta pemaparan fokus permasalahan yang diangkat peneliti.

Bab empat, pemaparan hasil penelitian yaitu cyber publik relations meliputi proses dan hambatan yang dialami humas Polda Jawa Timur dalam melakukan kegiatan cyber publik relations beserta kaitan temuan peneliti dengan teori yang digunakan.

Bab lima, berisikan penutup, yang terdiri dari kesimpulan dari pembahasan serta saran. Pada bab ini peneliti akan menguraikan secara jelas dan singkat tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan, dan dilanjutkan dengan saran.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

Pada penelitian ini, terdapat beberapa pembahasan yang disajikan penulis di dalam kajian pustaka, sehingga dapat memberikan suatu penjelasan mengenai hal yang akan dibahas secara lebih luas dan rinci. Adapun kajian pustaka sebagai berikut:

1. Cyber Public Relations

Teknologi komunikasi dan informasi membawa perspektif dan pola baru dalam dunia kehumasan. Jika dahulu hanya menggunakan media konvensional dan media massa, dengan adanya internet kini praktisi PR dapat meraup khalayak sasaran yang lebih besar jumlahnya. cyber public relations memiliki pengertian aktivitas PR (Public relations) yang menggunakan internet. Istilah cyber public relations, adalah nama lain dari bentuk kegiatan atau bidang kajian Publik Relations dalam dunia cyber (dunia maya).

Cyber public relations memungkinkan PR menjalin hubungan baik, menyampaikan pesan-pesan korporat kepada khalayak sasaran serta untuk mempertahankan dukungan publik internal dan eksternalnya, tanpa melalui pihak manapun seperti jurnalis atau editor jika didistribusikan di media cetak ataupun elektronik. CPR berkembang sebagai sarana untuk membangun sebuah brand dan memelihara

kepercayaan (*trust*), pemahaman, citra perusahaan atau organisasi kepada khalayaknya dan dapat dilakukan secara *one to one communication* yang bersifat interaktif.

Praktisi PR mempertimbangkan penggunaan internet sebagai salah satu strategi komunikasi *Public Relations*, guna mencapai publik sasaran secara langsung dari pihak-pihak lain. Penggunaan internet dalam kegiatan public relations mampu mendekatkan korporat dengan publiknya.²⁵

a. Fungsi Cyber Public Relations

Fungsi dari cyber public relations dapat menjadi salah satu kegiatan pekerjaan yang berguna untuk kehumasan. Fungsi dan strategi *cyber public relations* juga berguna untuk meningkatkan brand dimata publik dengan menggunakan media online yang meliputi²⁶:

1) Website resmi perusahaan (Official Site) dibangun sendiri oleh perusahaan dan disesuaikan dengan kebutuhan publikasi informasi perusahaan. Website resmi perusahaan dapat menyajikan informasi-informasi terkait dengan perusahaan secara keseluruhan, baik berupa profil perusahaan, berita terkini, katalog produk/jasa, dan lain-lain. Sehingga brand awareness konsumen dapat meningkat.

-

²⁵ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 187

²⁶ Bob Julius Onggo, *Cyber Public Relations*, (Jakarta: Elex media komputindo, 2004), hlm. 9

- 2) Publisitas Search Engine/ SE (media pencari) (Google/ Yahoo) adalah perangkat yang paling umum digunakan oleh para PR, apalagi seorang e-PR dalam kaitannya untuk membangun dan mempertahankan merek yang diembannya. Internet SE adalah sebuah situs khusus yang dirancang untuk menyimpan catalog serta menyusun daftar alamat tersebut berdasarkan topik.²⁷
- 3) Press Release Online, Press Release atau siaran pers merupakan media yg banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita dimana press release online disebarkan di media online dengan langsung mengirimkan via e-mail kepada e-mail perusahaan atau menampilkan langsung di website corporate tersebut.
- 4) Autoresponder pada e-mail. Autoresponder merupakan perangkat dari e-PR yang berfungsi sebagai publikasi. Dimana autoresponder itu sendiri adalah suatu program penjawab e-mail secara otomatis dan cepat. Program ini meringankan tugas cyber PR dalam menjawab pertanyaan yang berulang-ulang tanpa harus selalu di depan komputer. Dimana brand dari sebuah perusahaan pun akan baik di mata publik.
- 5) Kartu nama elektronik pada e-mail yaitu kartu nama yang diterima di seluruh dunia (business card/ signature file).

٠

²⁷ Jack Febrian, *Menggunakan Internet*, (Bandung: Informatika, 2006),hlm. 118.

Dimana tukar menukar kartu nama adalah sebagai alat identitas mengenalkan merek perusahaan kepada publik, dan public relations dapat memasukkan kartu nama elektronik di bagian akhir e-mail.

- 6) e-Newsletter yaitu versi online dari majalah atau publikasi online dimana e-newsletter ini memudahkan customer untuk mengetahui berita terbaru tanpa perlu pergi ke website perusahaan tersebut.
- 7) Mailing list atau forum pada website perusahaan publisitas cyber PR dalam meningkatkan brand awareness konsumen dan non konsumennya adalah dengan mengirim e-mail dengan bahasa dan struktur yang benar atau membuat publikasi melalui forum yang terdapat pada website perusahaan.
- 8) Forum Publisitas e-PR dalam meningkatkan brand awareness melalui komunitas online atau disebut online forum, newsgroup, webrings, atau discussions group dimana ini adalah kumpulan orang-orang yang mengobrol di suatu situs atau di forward tertentu lewat e-mail sehingga terjadi diskusi tanpa perlu masuk ke suatu web tertentu. e-PR dapat mengidentifikasi pesaing, tren terbaru, tip dan info dari para pakar dan meriset pasar untuk masukan bagi divisi pemasaran. Termasuk di dalamnya jejaring sosial seperti facebook, twitter,

blog dimana dibuat perusahaan untuk meningkatkan citra dan brand perusahaan tersebut.

b. Manfaat Cyber Public Relations

Banyak sekali aplikasi-aplikasi yang telah dikenalkan yang berhubungan erat dengan dunia cyber. Berikut adalah beberapa manfaat *cyber public relations*:²⁸

- a) Real Time, aktivitas komunikasi yang dilakukan antara CPR dengan publiknya dapat dilakukan dengan lebih cepat.
- b) Komunikasi Konstan, *cyber public relations* menggunakan internet dan internet dapat diibaratkan sebagai sekretaris yang tidak pernah tidur selama 24 jam dan dengan potensi target seluruh dunia.
- c) Interaktif, penggunaan cyber public relations memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, karena publik bisa memberikan feedback secara langsung dan cepat.
- d) No Boundaries, tidak akan ada batasan komunikasi dalam *cyber public relations*, sehingga bisa terhubung ke mana saja selama ada jaringan internet.
- e) Multimedia, *cyber public relations* dapat menyajikan informasi kepada publik dengan menggabungkan berbagai media seperti tulisan (*script*), gambar (*grafis*), dan suara (*audio*), bahkan audio-visual (film,video) dalam satu kesatuan.
- f) Ekonomis, komunikasi menggunakan internet untuk menjangkau publik yang luas lebih murah daripada media konvensional.

c. Jenis- Jenis Media Cyber

Terdapat jenis-jenis media cyber yang biasanya digunakan praktisi PR untuk berbagi informasi dengan publiknya dan juga sebagai media komunikasi antara sebuah organisasi dengan publiknya, sebagaia berikut:

²⁸ Imam Budianto, *Cyber Public Relations* dalam https://winstarlink.com. Diakses pada 24/10/2018.

- 1. Situs (Web Site)
 - Situs adalah halaman yang merupakan suatu alamat domain yang berisi informasi, data, visual, audio
- 2. E-mail
- 3. Forum di Intenet
- 4. Blog
- 5. Wiki
- 6. Media Sosial (Social Media)

d. Peranan Humas Dalam Instansi Pemerintah

Saat ini peranan hubungan masyarakat atau humas dan public relation dibutuhkan oleh hampir semua organisasi atau lembaga, baik profit maupun non profit, dari perusahaan industri, organisasi profesi, insitusi pendidikan, organisasi sosial budaya sampai pemerintahan. Secara garis besar peranan humas adalah sebagai komunikator sebuah organisasi atau lembaga dan perusahaan, baik dari publik internal maupun publik eksternal. Karena itu humas merupakan salah satu ujung tombak dari organisasi, perusahaan mapun lembaga untuk bersaing dalam era globalisasi. Humas dibutuhkan untuk menjalin komunikasi dengan para gstakeholders ataupun ntuk mengkomunikasikan visi, misi dan program organisasi-organisasi tersebut kepada publik. Humas dan media massa merupakan mitra pemerintah dalam menyampaikan informasi di semua sektor, termasuk menyangkut masalah pembangunan di segala bidang. Karena humas dan media massa dalam menyampaikan informasi memiliki peranan yang cukup tinggi.²⁹

Terdapat peranan humas dalam manajemen perusahaan, humas atau PR perusahaan/organisasi akan melakukan fungsi-fungsi manajemen perusahaan, secara garis besar aktivitas utamanya berperan sebagai:³⁰

- a) *Communicator*, kemampuan sebagai komunikator secara langsung, melalui media elektronik cetak atau elektronik dan lisan (spoke person) dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan persuader. Komnkasi manajemen dalam prakteknya, bersifat komnikasi vertikal, horizontal dan eksternal.
- b) Relationship, kemampuan peran humas membangun hubungan yang positif antara lembaga yang mewakilinya dengan publik internal dan eksternal. Beruapaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara keda belah pihak tersebut.
- c) Back up management, melaksanakan dukungan atau menunjang kegiatan lain, seperti bagian manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuana bersama dalam suatu kerangka tjan pokok perusahaan atau organisasi.
- d) Good image maker, menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi, dan sekaligus menjadi utama bagi aktivitas humas dalam melaksanakan manajemen kehumasan untuk membangun citra baik lembaga atau organisasi yang diwaklinya.

2. Citra (Image)

_

Suatu perusahaan, organisasi dan institusi pemerintahan seperti Polri dituntut untuk mampu menjadikan publik memahami sesuatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra dari intitusi tersebut. Praktisi

 ²⁹ F.Rachmadi, *Public Relation*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 1992), Hlm. 74
 ³⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 27

PR menganggap penting sekali memelihara hubungan baik dengan publiknya. Maka dari itu praktisi PR suatu perusahaan atau instansi memahami sekali perlunya memberikan perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan tidak hanya dengan melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan yang negatif dari publik. Bagaimana citra perusahaan itu terbentuk adalah dari kinerja perusahaan dalam menangani para pelanggan atau publiknya. PR adalah salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama³¹.

Menurut Bernarld Katz, citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputisi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk. Seperti peneriman dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.

.

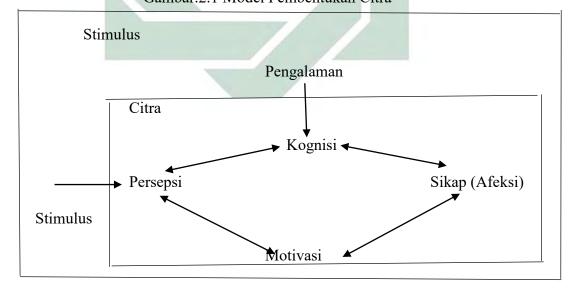
³¹ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*....., hlm. 112

³² Bernald Kats, *Komunikasi Bisnis Praktis*, Penerjemah: Soeharsono, (Pustaka: Bernaman Presindo, 1994), hlm. 67

Penilaian atau tanggapan masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (respek), kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga/organisasi. Biasanya landasan citra bersumber dari nilai-nilai kepercayaan yang kongkritnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi. Proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini yang lebih luas, yaitu sering dinamakan citra (*image*)³³

a. Proses Pembentukan Citra

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian system komunikasi dijelaskan sebagai berikut:



Gambar.2.1 Model Pembentukan Citra

³³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 68

_

Public relations digambarkan sebagai input-output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra sendiri digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap. Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsangan) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak.

Empat komponen persepsi-kognisi-motivasi-sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsangan. Jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsangan tersebut.

- a) Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikatakan dengan suatu proses pemaknaan. Dngan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai rangsangan.
- b) Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

- c) Motif, adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.
- d) Sikap, adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasakan dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluative, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap ini juga dapat diperteguh atau diubah.

b. Jenis-Jenis Citra

Ada beberapa jenis citra (*image*) yang dikenal dalam dunia aktivitas hubungan masyarakat (*public relations*), dalam hal ini akan dikemukakan lima jenis citra, antara lain:³⁴

 a) The mirror image (cermin citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat organisasinya.

³⁴ Ibid, hlm.117

- b) *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image*.
- c) *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
- d) The multiple image (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan kseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.
- e) The corporate image (citra perusahaan atau lembaga), adalah citra dari suatu organisai secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihnya,hubungan industry yang baik,

reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset, dan sebagainya. perusahaan-perusahaan yang memiliki reputasi bagus, umumnya menikmati enam hal, yaitu hubungan yang baik dengan para pemuka masyarakat, hubungan positif dengan pemerintah setempat, resiko krisis yang lebih kecil, rasa kebanggaan dalam organisasi dan di antara khalayak sasaran, saling pengertian antara khalayak sasaran baik internal maupun eksternal, dan meningkatkan kesetiaan para staf perusahaan.³⁵

c. Pencapaian Citra Positif

Terdapat dua macam citra yaitu citra baik dan buruk. Kedua macam citra bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku (*current images*) yang bersifat positif dan negatif. Citra public relations yang idal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Itu berarti citra tidak seyogianya "dipoles agar lebih indah dari warna aslinya", karena hal itu justru dapat mengacaukannya. Pemolesan citra (yang tidak sesuai dengan fakta

.

³⁵ M. Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya Di Indonesia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001), hlm. 62-68

yang ada) pada dasarnya tidak sesuai dengan hakikat humas itu sendiri. Dalam rangka menegakkan kreadibilitas humas (*public relations*) maka segala macam usaha pemolesan citra harus dihindari.³⁶

Secara logika bila suatu lembaga tengah mengalami krisis kepercayaa dari publiknya, maka akan membawa dampak negatif terhadap citranya, bahkan akan tejadi penurunan citra hingga titik yang paling rendah (*lost of image*).³⁷ Citra suatu lembaga dan bentuk pelayanan yang hendak dicapai public relations dalam system informasi terbuka pada era globalisasi, nilai kepercayaan merupakan suatu amanah dari publiknya, serta *goodwill* (kemauan baik) yang ditampilkan oleh suatu lembaga tersebut.

3. Kepolisian Negara Republik Indonesia

a. Pengertian Polisi

Menurut Satjipto Raharjo polisi merupakan alat negara yang bertugas memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, memberikan pengayoman, dan memberikan perlindungan kepada masyarakat. Selanjutnya Satjipto Raharjo yang mengutip pendapat Bitner menyebutkan bahwa apabila hukum bertujuan untuk menciptakan ketertiban dalam masyarakat, diantaranya melawan kejahatan. Akhirnya

.

³⁶ Ibid, hlm, 69

³⁷ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 69

³⁸ Satjipto Rahardjo, *Penegakan Hukum suatu tinjauan sosiologis*, Yogyakarta: Genta Publishing, 2009, hlm. 111

polisi yang akan menentukan secara konkrit apa yang disebut sebagai penegakan ketertiban.³⁹

Dalam Undang-Undang No. 2 Tahun 2002 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia dalam Pasal 1 ayat (1) dijelaskan bahwa Kepolisian adalah segala hal-ihwal yang berkaitan dengan fungsi dan lembaga polisi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Istilah kepolisian dalam Undang-undang ini mengandung dua pengertian, yakni fungsi polisi dan lembaga polisi. Dalam Pasal 2 Undang-undang N0.2 tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, fungsi kepolisian sebagai salah satu fungsi pemerintahan negara di bidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, pelindung, pengayom dan pelayan kepada masyarakat. Sedangkan lembaga kepolisian adalah organ pemerintah yang ditetapkan sebagai suatu lembaga dan diberikan kewenangan menjalankan fungsinya berdasarkan peraturan perundang-undangan. 40

Selanjutnya Pasal 5 Undang-Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia menyebutkan bahwa:

1) Kepolisian Negara Republik Indonesia merupakan alat negara yang berperan dalam memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, serta memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka terpeliharanya keamanan dalam negeri.

³⁹ Ibid, hlm, 117

⁴⁰ Sadjijono, *Memahami Hukum Kepolisian*, Yogyakarta: PT LaksBang Persindo 2010a, hlm. 52-53

 Kepolisian Negara Republik Indonesia adalah Kepolisian Nasional yang merupakan satu kesatuan dalam melaksanakan peran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

b. Tugas Polisis

Tugas polisi secara umum sebagaimana tercantum dalam Pasal 13 Undang-Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, menyebutkan bahwa tugas pokok Kepolisian Negara Republik Indonesia adalah:

- 1) Memberikan keamanan dan ketertiban masyarakat
- 2) Menegakkan hukum
- Memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat
 (Pasal 13 Undang Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia).

Untuk mendukung tugas pokok tersebut di atas, polisi juga memiliki tugastugas tertentu sebagaimana tercantum dalam Pasal 14 ayat (1) Undang–Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan pengaturan penjagaan, pengawalan, dan patroli terhadap kegiatan masyarakat dan pemerintah sesuai kebutuhan.
- Menyelenggarakan segala kegiatan dalam menjamin keamanan, ketertiban dan kelancaran lalu lintas di jalan.

- 3) Membina masyarakat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, kesadaran hukum masyarakat, serta ketaatan warga masyarakat terhadap hukum dan peraturan perundang-undangan.
- 4) Turut serta dalam pembinaan hukum nasional.
- 5) Memelihara ketertiban dan menjamin keamanan umum : melakukan koordinasi, pengawasan, dan pembinaan teknis terhadap kepolisian khusus, penyidik pegawai negeri sipildan bentuk-bentuk pengamanan swakarsa.
- 6) Melakukan koordinasi, pengawasan, dan pembinaan teknis terhadap kepolisian khusus, penyidik pegawai negeri sipil dan bentuk-bentuk pengamanan swakarsa.
- 7) Melakukan penyelidikan terhadap semua tindak pidana sesuai dengan hukum acara pidana dan peraturan perundang-undangan lainnya.
- 8) Menyelenggarakan identifikasi kepolisian, kedokteran kepolisian, laboratorium forensik dan psikologi kepolisian untuk kepentingan tugas kepolisian.
- 9) Melindungi keselamatan jiwa raga, harta benda, masyarakat dan lingkungan hidup dari gangguan ketertiban dan / atau bencana termasuk memberikan bantuan dan pertolongan dengan menjunjung tinggi hak asasi manusia.
- 10) Melayani kepentingan warga masyarakat untuk sementara sebelum ditangani oleh instansi/ atau pihak berwenang.

- 11) Memberikan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan kepentingan dalam lingkup tugas kepolisian.
- 12) Melaksanakan tugas lain sesuai dengan peraturan perundangundangan.(Pasal 14 ayat (1) Undang Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia)

Dari tugas-tugas polisi tersebut dapat dikemukakan bahwa pada dasarnya tugas polisi ada dua yaitu tugas untuk memelihara keamanan, ketertiban, menjamin dan memelihara keselamatan negara, orang, benda dan masyarakat serta mengusahakan ketaatan warga negara dan masyarakat terhadap peraturan negara. Tugas ini dikategorikan sebagai tugas preventif dan tugas yang kedua adalah tugas represif. Tugas ini untuk menindak segala hal yang dapat mengacaukan keamanan masyarakat, bangsa, dan negara.

c. Dasar Hukum Pemanfaatan Teknologi Informasi oleh Polri

Perkembangan teknologi informasi telah mewarnai dinamika kehidupan umat manusia di dunia. Melalui perkembangan teknologi informasi, mobilitas manusia dalam melakukan aktivitas, baik aktivitas ekonomi, politik, sosial dan budaya menjadi sangat cepat melintasi batas-batas wilayah negara (borderless world) sehingga membuat dunia seperti kampung global (global village), dimana seluruh pelosok penjuru dunia sangat mudah dijangkau layaknya sebuah kampung yang dapat dilintasi secara mudah, cepat, dan akurat. Semua umat manusia di dunia telah

memanfaatkan peralatan teknologi informasi secara optimal sehingga menunjang segala aktivitas di tengah masyarakat⁴¹

Polri, sebagai organisasi yang selalu dituntut untuk melakukan perubahan, senantiasa berupaya responsif, adaptabel dan fleksibel terhadap perkembangan teknologi informasi. Era reformasi telah membuka peluang seluas-luasnya bagi Polri untuk menjalankan tugas pokok memelihara kamtibmas, menegakan hukum, melayani, melindungi, dan mengayomi masyarakat sesuai dengan UndangUndang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia. Dalam melaksanakan tugas pokok tersebut, tentunya Polri membutuhkan bantuan teknologi informasi sebagai sarana yang efektif guna pelaksanaan tugas pokoknya. Selain sarana teknologi informasi, Polri perlu pula memahami aturan hukum yang mengatur tentang teknologi informasi, yakni Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang secara substansi mengatur secara detail bagaimana pemanfaatan teknologi informasi, termasuk berbagai kejahatan yang berpeluang terjadi dalam dunia informasi, seperti *cyber crime* (kejahatan dunia maya) yang tentunya sangat membahayakan Kamtibmas.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan Polri sebagai perkembangan lingkungan strategis dalam skala nasional, yang menjadi fokus perhatian pemerintah (Polri) adalah sebagaimana yang tertuang dalam Rencana Strategis Polri (Grand Strategi Polri Tahun 2005 – 2025), yang terbagi beberapa

-

⁴¹ Sadjiono, *Perkembangan Organisasi Polri di Era Reformasi*, Yogyakarta: Laksbang Presindo. 2005, hlm.3.

tahapan, yaitu pada tahap pertama (Tahun 2005–2009) berfokus pada pembangunan kepercayaan (trust building), tahap kedua (2010-2014) yang bermuara pada pencapaian strategi Partnership Building dan tahap III selanjutnya (2015–2025) adalah pada tahapan membangun kemampuan pelayanan publik yang unggul dan dipercaya masyarakat (strive for excellence)⁴².

Pembangunan Polri sekarang berada pada Tahap II dari Renstra Polri Tahun 2010- 2014 dengan pencapaian strategi Partnership Building, selain itu juga pada perkembangannya Polri sedang melakukan reformasi birokrasi pemerintahan yang bersih (clean government) dan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance)⁴³ tertuang dalam Reformasi Birokrasi Polri gelombang kedua (2010 – 2014) dengan sasaran: terwujudnya pemerintah yang bersih bebas korupsi, kolusi dan nepotisme; meningkatkan kualitas pelayanan publik kepada masyarakat dan meningkatkan kapasitas dan akuntabilitas kinerja Polri, secara universal diyakini menjadi prinsip yang diperlukan untuk memberikan pelayanan prima kepada masyarakat. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan masyarakat tersebut, Polri harus mempercepat pemanfaatan teknologi informasi dan melaksanakan kemitraan, sehingga pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dapat berjalan secara transparan, profesional, dan akuntabel agar terpeliharanya situasi kamtibmas yang aman dan kondusif.

_

⁴² Mabes Polri, *Grand Strategi Polri 2005 – 2025*, Jakarta: 2005

⁴³ Peraturan Presiden RI No. 81 Th 2010, tanggal 21 Desember 2010, tentang Grand Design Reformasi Birokrasi 2010-2025.

B. Kajian Teori

1. Teori Sistem

Sistem merupakan dasar kehidupan manusia. Teori sistem menjelaskan esensi dasar kehidupan, yaitu pentingnya menjalin hubungan sosial. Menjalin hubungan sosial yang baik merupakan hasil (output) dari suatu interaksi sosial, yaitu interaksi antara organisasi dan publiknya. Untuk bidang komunikasi, menurut Greenwood (2010), teori sistem digunakan untuk menentukan efektivitas komunikasi organisasi, dan sebagai teori organisasi untuk mengkaji komunikasi organisasi.

Teori sistem mengadopsi pemikiran Darwin tentang evolusi, dengan asumsinya, bahwa organisasi melalui *public relations* perlu membangun dan menjaga relasi serta beradaptasi dengan lingkungannya untuk dapat bertahan.⁴⁴

Teori sistem sangat mewarnai proses *public relations*. Praktisi PR dapat menjadikan teori ini sebagai dasar menjalin hubungan dengan publiknya. Teori ini lebih fokus pada aktivitas *public relations* yang membantu menejemen dalam mengelola komunikasi untuk mendukung interaksi antara organisasi dengan publiknya. Manajemen komunikasi yang dilakukan *public relations* juga sebagai cara untuk menyampaikan informasi (aspirasi) publik kepada organisasinya (sebagai suatu sistem). Teori ini menganggap bahwa aktivitas organisasi mengakibatkan konsekuensi (dampak) bagi publiknya. Sebaliknya, tindakan publik sebagai respon terhadap aktivitas organisasi juga menimbulkan konsekuensi tertentu bagi organisasi.

44 Rachmad Kriyantono, *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 78

Konsekuensi ini disebut sebagai "reciprocal consequences:, yaitu munculnya masalah saat berhubungan dengan publik. Untuk mengatasi masalah yang muncul, organisasi membutuhkan subsistem public relations yang dapat menjalin komunikasi antara organisasi dan publik.⁴⁵

Berdasarkan teori sistem terdapat dua sistem komunikasi dalam organisasi, yaitu sistem komunikasi internal dan sistem komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah proses pertukaran pesan di lingkup internal organisasi, sedangkan komunikasi eksternal terjadi antara organisasi dengan publik eksternalnya. Teori sistem sebagai pondasi bahwa proses *public relations* merupakan aktivitas yang lebih dari sekedar persuasi. Proses *public relations* mesti mendorong organisasi untuk terbuka, membuka komunikasi dua arah dan mementingkan terciptanya pemahaman bersama (mutual understanding), dan bersedia mengubah sikap dan perilaku dalam proses adaptasi dengan lingkungan.⁴⁶

Teori sistem menganalogiskan organisasi sebagai sebuah lingkaran. Public relations ialah penjaga lingkaran agar masalah tetap berada di lingkaran dan diselesaikan di dalam lingkaran. Public relations menjadi penghubung antara subsistem yang satu dan yang lainnya., baik itu subsistem internal maupun eksternal organisasi. Public relations bertugas untuk monitoring, menyeleksi, dan menghimpun informasi yang masuk dan membentengi diri dari informasi menyesatkan dari luar, yang kemudian disampaikan kepada kelompok dominan dalam organisasi. Ke luar,

⁴⁵ Ibid, Hlm, 81 46 Ibid Hlm 82

public relations merupakan representasi organisasi (external representations) yang menyediakan informasi dan memantau citra yang terbentuk di benak publik dengan berinterasi dengan publik.⁴⁷

2. Teori Impression Management

Teori manajemen impresi (*impression management*) menyebutkan, bahwa strategi organisasi adalah untuk mempresentasikan dirinya selama interaksi dengan pihak lain dengan menggunakan atribut atau simbol tertentu dalam strategi presentasinya agar pihak lain mengenal atau memperlakukan organisasi itu seperti atribut atau simbol yang digunakan untuk presentasi diri.

Teori ini menjelaskan aktivitas organisasi dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Di dalam teori ini membahas tiga konsep penting dalam praktik *public relations*, yaitu relasi, identifikasi, dan citra. Dalam proses interaksi, individu tidak bisa lepas dari upaya membangun hubungan, mengidentifikasi karakter lawan bicara, dan membangun citra atau kesan positif orang lain terhadap dirinya. Serta teori manajemen impresi ini mendeskripsikan tiga hal, yaitu bagaimana presentasi diri individu dalam organisasi dan presentasi diri organisasi melalui produk komunikasi *public relations*, bagaimana motif yang mendasari presentasi diri itu, kemudian mendeskripsikan bagaimana presentasi diri tersebut di persepsikan pihak lain. 48

.

⁴⁷ Ibid, Hlm. 86

⁴⁸ Rachmad Kriyantono, *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 227

Menurut Edward Jones, terdapat lima kategori atau tipologi strategi presentasi diri yang biasa dilakukan individu berdasarkan atribut yang digunakan, yaitu:⁴⁹

1. Strategi ingratiation (menyenangkan orang lain)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsikan sebagai pihak yang menyenangkan atau ramah. Strategi ini diwujudkan dengan menampilkan emosi-emosi positif selama interaksi dengan publik.

2. Strategi self-promotion (promosi diri)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin diimpresikan sebagai organisasi yang berkompeten. Strategi ini diwujudkan dengan menampilkan prestasi yang dicapai organisasi, hal-hal baik yang telah dilakukan organisasi terhadap publiknya, dan menampilkan berbagai penghargaan yang diperoleh organisasi atas prestasinya.

3. Strategi exemplification (sebagai contoh)

Biasanya digunakan oleh organisai yang ingin diimpresikan sebagai organisasi yang layak dijadikan contoh atau model bagi organisasi lainnya. Strategi ini terwujud dari beberapa tindakan, seperti mendemonstrasikan kemampuan, kelebihan, integritas, dan nilai-ilai organisasi.

4. *Strategi supplication* (self-handicapping)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsi sebagai organisasi yang memiliki keterbatasan dalam membantu publik. Organisasi diimpresikan

⁴⁹ *Ibid.* hlm. 222-223

sebagai pihak yang lemah sekaligus yang menjadi korban dari krisis yang terjadi.

5. Strategi intimidation

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsikan sebagai organisasi yang kuat dan mampu mengontrol situasi. Diwujudkan dengan menampilkan aribut atau symbol yang mempresentasikan kemarahan atau keinginan untuk menghukum pihak lain yang menyebabkan kerugian.

Dalam teori ini, *public relations* dituntut mengelola media komunikasinya untuk memberitahukan wajah organisasi kepada publiknya agar menimbulkan kesan positif. Teori *impression management* banyak dikaitkan dengan situasi krisis yang mempunyai dua peluang bagi organisasi yaitu sebagai *entry point* untuk meningkatkan citra atau sebagai *entry point* kehilangan citra.

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Profil Kepolisian Daerah Jawa Timur

1. Sejarah Polda Jawa Timur

Kepolisian Daerah Jawa Timur beralamat di Jalan Ahmad Yani 116, Surabaya, Jawa Timur. Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia nomor 22 tahun 2010 tentang susunan organisasi dan tata kerja pada tingkat kepolisian daerah dapat diterangkan sebagai berikut. Polda adalah pelaksana tugas dan wewenang Polri di wilayah provinsi yang berada di bawah Kapolri yang dipimpin oleh seorang Inspektur Jenderal Polisi yang selanjutnya disebut Kapolda dan Polda sendiri biasanya terletak di ibu kota provinsi atau kota/kabupaten lainnya. Polda Jatim saat ini dipimpin oleh Irjen Pol Drs. Luki Hermawan, M.Si. Wilayah hukum Polda Jawa Timur meliputi 38 kota/kabupaten, dengan rincian, satu Kepolisian Resort Kota Besar (Polrestabes Surabaya), 8 Kepolisian Resort Kota, dan 29 Kepolisian Resort, termasuk diantaranya adalah Polres KPPP Tanjung Perak (total membawahi 39 kepolisian resort). Sebelum diberlakukan restrukturisasi Polri pada akhir 2010, Polda Jawa Timur mempunyai 7 kepolisian wilayah (Polwiltabes Surabaya,

Polwil Malang, Polwil Besuki, Polwil Madura, Polwil Kediri, Polwil Madiun, dan Polwil Bojonegoro). 50

Kepolisian Negara Republik Indonesia Daerah yang disingkat menjadi Polda adalah pelaksana tugas dan wewenang Polri di wilayah provinsi yang berada dibawah Kapolri.

Polda mempunyai tugas yaitu melaksanakan tugas pokok Polri dalam memihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, serta memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat dan juga melaksanakan tugas-tugas Polri yang lainnya dalam daerah Polda sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. ⁵¹

Dalam Peraturan Kapolri No. 22 Tahun 2010 pasal 6 dalam menjalankan tugas-tugas tersebut Polda mempunyai fungsi sebagai berikut :

- a) Pemberian pelayanan kepolisian kepada masyarakat dalam bentuk penerimaan dan penanganan laporan atau pengaduan, permintaan bantuan atau pertolongan, pelayanan pengaduan atas tindakan anggota Polri, dan palayanan surat-surat izin atau keterangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
- b) Pelaksanaan intelejen dalam bidang keamanan, termasuk persandian dan intelejen teknologi, baik sebagai bagian dari kegiatan satuan-satuan atas,

.

⁵⁰ http://humaspoldajatim.blogspot.com, diakses pada tanggal 8 Januari 2019

⁵¹ Dokumen Polda Jawa Timur

- maupun sebagai bahan masukan penyusunan rencana kegiatan operasional Polda dalam rangka pencegahan gangguan dan pemeliharaan keamanan dalam negeri.
- c) Penyelidikan dan penyidikan tindakan pidana termasuk fungsi identifikasi, laboratorium forensik, lapangan, pembinaan dan pengawasan penyidik Pegawai Negeri Sipil (PNS), serta pengawasan proses penyidikan.
- d) Pelaksanaan sabhara kepolisian yang meliputi kegiatan patroli mencakup pengaturan, penjagaan, pengawalan, pengamanan kegiatan masyarakat dan pemerintah termasuk penindakan tindak pidana ringan, pengamanan unjuk rasa, dan pengendalian massa, serta pengamanan objek khusus yang meliputi Very Very Important Persons (VVIP), Very Important Person (VIP), tempat pariwisata, dan objek vital khususnya lainnya.
- e) Pelaksanaan lalu lintas kepolisian yang meliputi kegiatan Pengaturan, Penjagaan, Pengawalan, dan Patroli (Turjawali) lalu lintas termasuk penindakan pelanggaran dan penyidikan kecelakaan lalu lintas serta Registrasi dan Identifikasi (Regident) pengemudi dan kendaraan bermotor, dalam rangka penegakan hukum dan pembinaan Keamanan, Keselamatan, Kertertiban dan Kelancaran Lalu Lintas (Kamseltibcarlantas).
- f) Pelaksanaan kepolisian perairan, yang meliputi kegiatan patroli termasuk penanganan pertama tindak pidana, pencarian dan penyelamatan kecelakaan / Search and Rescue (SAR) di wilayah perairan, pembinaan masyarakat pantai atau perairan dalam rangka pencegahan kejahatan dan pemeliharaan

keamanan di walayah perairan.

- g) Pembinaan masyarakat yang meliputi Perpolisian Masyarakat (Polmas), pembinaan dan pengembangan bentuk-bentuk pengamanan swakarsa dalam rangka peningkatan kesadaran dan ketaatan masyarakat terhadap hukum, tumbuh kembangnya peran serta masyarakat dalam pembinaan keamanan dan ketertiban, terjalinnya hubungan Polri dan masyarakat yang kondusif bagi pelaksanaan tugas kepolisian, serta pembinaan teknis dan pengawasan polisian khusus termasuk satuan pengamanan.
- h) Pelaksanaan fungsi-fungsi lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.

2. Logo Polda Jawa Timur

Gambar 3.1 Logo Polda Jawa Timur



Arti lambang Kepolisian Daerah Jawa Timur:

Bentuk perisai pada badge memiliki arti "pertahanan diri" atau pelindung, pengayom, dan pelayan masyarakat.

Gambar gunung semeru memiliki makna bahwa polri dalam setiap pengabdiannya kepada negara dan bangsa haruslah kokoh, kuat, dan ampuh layaknya gunung semeru serta memilikisemangat seperti api gunung semeru.

3. Visi dan Misi Polda Jawa Timur

Visi:

Terwujudnya postur Polda Jatim yang profesional, bermoral, dan modern sebagai pelindung, pengayom serta pelayan masyarakat yang terpercaya dalam memelihara Kamtibnas dan menegakkan hukum.

Misi

Berdasarkan pernyataan visi yang dicita-citakan tersebut, selanjutnya diuraikan dalam misi Polda Jatim yang mencerminkan koridor tugas sebagai berikut:

- 1) Memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat (meliputi *security, surety, safety and peace*) sehingga masyarakat terbebas dari gangguan fisik maupun psikis.
- 2) Memberikan bimbingan kepada masyarakat melalui upaya preemtif dan preventif yang dapat meningkatkan kesadaran dan kekuatan serta kepatuhan hukum masyarakat(*law abiding citizenship*).

- 3) Menegakkan hukum secara profesional dan proporsional dengan menjunjung tinggi supremasi hukum dan hak asasi manusia menuju kepada adanya kepastian hukum dan rasa keadilan.
- 4) Memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat dengan tetap memperhatikan norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam bingkai integritas wilayah hukum Polda Jatim.
- 5) Mengelola profesionalisme sumberdaya manusia dengan dukungan sarana prasarana serta meningkatkan upaya konsolidasi dan soliditas Polda Jatim untuk mewujudkan keamanan di wilayah Jawa Timur sehingga dapat mendorong meningkatnya gairah kerja guna mencapai kesejahteraan masyarakat.⁵²

3. Profil Humas Polda Jawa Timur

Unsur pelaksana staf khusus Polda yang berada di bawah Kapolda. Bidang Humas dipimpin oleh Kepala Bidang Humas yang di singkat Kabid Humas. Bertanggung jawab kepada Kapolda dalam pelaksanaan tugas sehari-hari berada di bawah Wakapolda.⁵³

Humas bertugas untuk menyelenggarakan fungsi hubungan masyarakat melalui pengelolaan dan penyampaian pemberitaan/ informasi serta kerjasama/kemitraan dengan media massa dalam rangka pembentukan opini masyarakat yang positif bagi pelaksana tugas Polri. Selain itu Humas Polda juga

٠

⁵² http://jatim.polri.go.id, diakses pada tanggal 28 Desember 2018

⁵³ Arsip Polda Jawa Timur

berfungsi sebagai penyelenggara penerangan satuan dalam rangka pemerataan informasi di lingkungan Polri dan penyelenggara liputan, monitoring, produksi dan dokumentasi semua informasi/ pemberitaan yang berkaitan dengan tugas Polri.

Divisi Humas dalam kepolisian berperan sebagai penghubung antara organisasi Polri dengan instansi terkait bidang kehumasan dan masyarakat. Membina hubungan dan kerja sama yang positif dengan instansi terkait dan lembaga yang saling menguntungkan. Memberikan dukungan manajemen dalam fungsi organisasi Polri dan membangun persepsi, citra dan opini positif bagi organisasi Polri dan masyarakat.

Bidhumas sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Kapolri nomor 22 Tahun 2010 merupakan unsur pengawas dan pembantu pimpinan yang berada di bawah Kapolda. Bidhumas bertugas melaksanakan kegiatan Hubungan Masyarakat (Humas) melalui pengelolaan dan penyampaian pemberitaan atau informasi dan dokumentasi serta kerjasama dan kemitraan dengan media massa, dan melaksanakan Anev (Analisa dan Evaluasi) kegiatan tugas Bidhumas. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud maka Bidhumas menyelenggarakan fungsi:

- Pembinaan terhadap kegiatan Humas yang dilaksanakan di lingkungan Polda;
- Penerangan umum dan satuan yang meliputi pengelolaan dan penyampaian informasi serta kerjasama dan kemitraan dengan media massa berikut komponennya;

- Pengumpulan dan pengolahan data, serta penyajian informasi dan dokumentasi kegiatan yang berkaitan dengan penyampaian berita di lingkungan Polda;
- 4. Peliputan, pemantauan, produksi, dan dokumentasi informasi yang berkaitan dengan tugas Polri;
- Perencanaan dan pengadministrasian umum, penatausahaan urusan dalam, dan pengurusan personel dan logistik di lingkungan Bidhumas; dan
- 6. Pemantauan dan evaluasi kegiatan program Bidhumas.
- 4. Arti Logo Bidang Humas Polda Jawa Timur



Gambar 3.2 Logo Bidang Humas

Lambang Bidang Humas Polda Jawa Timur memiliki arti sebagai berikut:

a. Lingkaran luar berwarna hitam bertuliskan objektif, dipercaya dan partisipasi berwarna putih, merupakan moto Humas Polri. Kemampuan Humas Polri dalam memberikan informasi secara objektif agar dapat membentuk opini dan citra positif terhadap institusi Polri, guna membangun kepercayaan masyarakat dalam

- rangka mewujudkan dukungan partisipasi masyarakat dalam melaksanakan tugas Kepolisian sebagai pelindung, pengayom dan pelayan masyarakat.
- b. Lingkaran dalam berwarna merah putih. Melambangkan Bendera Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara secara terus menerus mengadakan interaksi dengan lingkungan dan selalu waspada terhadap propaganda lawan, untuk mewujudkan kesatuan wilayah, bangsa dan keamanan dalam menciptakan keutuhan NKRI.
- c. Garis tengah berwarna hitam. Melambangkan garis Khatulistiwa dimana letak Negara Kesatuan Republik Indonesia. Indonesia sebagai Negara kepulauan yang terletak di antara dua samudra dan dua benua merupakan letak Negara yang strategis.
- d. Tiga buah bintang segi lima berwarna putih. Melambangkan Bintang Segi Lima menunjukkan kelima sila "Pancasila" dan sebagai dasar NKRI. Tiga bintang berwarna putih melambangkan Humas Polri dalam melaksanakan tugas berpedoman kepada "Tribrata" secara tulus dan ikhlas.
- e. Tameng berwarna hitam. Melambangkan pengabdian Humas Polri dalam memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat melalui informasi dan publikasi yang objektif.
- f. Tulisan Humas Polri berwarna kuning. Melambangkan keagungan

- fungsi Humas Polri yang sangat diperlukan dalam memasyarakatkan kinerja Polri.
- g. Obor berwarna putih. Melambangkan memberikan informasi dan penerangan secara cepat, benar, tepat dan akurat. Memberikan informasi tentang tugas mulia Polri dalam memelihara Kamtibmas, penegakan hukum dengan melaksanakan perlindungan, pengayoman serta pelayanan masyarakat.
- h. Lidah api berwarna merah. Melambangkan bahwa "Catur Prasetya" dijadikan sebagai pedoman kerja dalam bidang kehumasan.
- i. Lingkaran bola dunia berwarna biru laut. Melambangkan era globalisasi yang diwarnai oleh transparansi, kebebasan, demokrasi, menghormati Hak Asasi Manusia dan pemeliharaan lingkungan hidup. Dalam tugas dan peran Humas Polri harus dapat memberi dan menetralisir informasi yang dapat mempengaruhi kehidupan berbangsa dan bernegara baik yang berskala internasional, regional maupun nasional khususnya yang menyangkut bidang keamanan dan budaya patuh hukum.
- j. Enam sinar api berwarna kuning. Melambangkan kegiatan fungsi Humas Polri dalam rangka membentuk opini positif untuk menciptakan citra Polri yang baik. Membuat perencanaan kegiatan Humas Polri dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Menyelenggarakan kerja sama dengan media massa dengan

menginformasikan dan mengkomunikasikan serta mempublikasikan keberhasilan kinerja Polri. Menjalin kemitraan dengan intansi terkait, LSM, cendekiawan, Orpol, Ormas. Memberikan informasi dan penerangan kepada Personel Polri. Menganalisa dan mengevaluasi informasi, berita media massa serta opini yang berkembang di masyarakat. Mendokumentasikan kegiatan Polri baik kegiatan operasional maupun pembinaan dalam bentuk VCD dan foto.

- k. Satu obor berwarna putih, 7 sinar obor berwarna oranye, 4 cincin obor berwarna hitam, dan 6 sinar obor berwarna kuning.
 Melambangkan hari Bhayangkara 1 juli 1946.
- Tiang obor dan nyala obor melambangkan di samping pemberian penyuluhan dan penerangan juga bermakna penyadaran hati nurani masyarakat agar selalu sadar dan patuh hukum guna menciptakan kondisi Kamtibmas yang mantap.

5. Visi dan Misi Bidang Humas Polda Jawa Timur

Bidang Hubungan Masyarakat Polda Jawa Timur memiliki visi dan visi sebagai berikut:

1. Visi

Mampu menyediakan informasi tentang Institusi Polri yang seimbang, akurat dan terpercaya.

2. Misi

- a) Sebagai ujung tombak bagi Institusi Polri dalam menyediakan informasi yang transparan bagi masyarakat;
- b) Sebagai organisasi yang sanggup memberi kontribusi bagi Polri tentang dinamika masyarakat dengan berbagai aspek yang berkembang;
- c) Menjamin kehidupan masyarakat agar terbebas dari rasa khawatir dan takut dengan jalan memberikan himbauan; dan
- d) Meningkatkan harmonisasi hubungan / kerjasama dengan institusi terkait melalui kegiatan silaturahmi.⁵⁴

6. Fungsi dan Tugas Bidang Humas Polda Jawa Timur

Bidhumas dipimpin oleh Kabidhumas yang bertanggung jawab kepada Kapolda, dan dalam pelaksanaan tugas sehari-hari berada di bawah kendali Wakapolda. Bidang Hubungan Masyarakat Polda Jawa Timur memiliki tugas dan fungsi yang terdiri dari:

- 1) Subbagian Perencanaan dan Administrasi (Subbagrenmin);
- 2) Subbidang Penerangan Masyarakat (Subbidpenmas); dan
- 3) Subbidang Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi (Subbid PID).

1. Kabidhumas

⁵⁴ http:jatim.polri.go.id, diakses pada tanggal 27 Desember 2018

Dalam melaksanakan tugas pokok Kabidhumas Polda Jatim menyelenggarakan fungsi:

- a) Pembinaan terhadap kegiatan Humas yang dilasanakan di lingkungan Polda Jatim;
- Penerangan umum dan satuan yang meliputi pengelolaan dan penyampaian informasi serta kerjasama dan kemitraan dengan media massa berikut komponennya;
- c) Pengumpulan dan pengolahan data serta penyajian informasi dan dokumentasi kegiatan yang berkaitan dengan penyampaian berita di lingkungan Polda Jatim;
- d) Peliputan, pemantauan, produksi dan dokumentasi informasi yang berkaitan dengan tugas Polri;
- e) Perencanaan dan pengadministrasian umum, penatausahaan dan urusan dalam, pengurusan personel, sarana prasarana, dan pelayanan keuangan di lingkungan Bidhumas Polda Jatim;
- f) Pemantauan dan evaluasi kegiatan program Bidhumas Polda Jatim; dan
- g) Mengajukan pertimbangan dan saran kepada Kapolda Jatim mengenai hal-hal yang berhubungan dengan Bidang Hubungan Masyarakat.

2. Subbagrenmin

Subbagrenmin bertugas menyusun perencanaan program kerja dan anggaran, manajemen Sarpras, personel, dan kinerja, pelayanan

ketatausahaan dan urusan dalam serta membantu administrasi keuangan di lingkungan Bidhumas. Dalam melaksanakan tugasnya, Subbagrenmin menyelenggarakan fungsi:

- pemberian bantuan dalam penyusunan perencanaan jangka sedang dan jangka pendek, antara lain Renstra (rencana strategi), Rancangan Renja, Renja (rencana kerja), kebutuhan sarana prasarana, personel, dan anggaran;
- b) Pemeliharaan perawatan dan administrasi personel;
- c) Pengelolaan Sarpras dan pemberian bantuan penyusunan laporan SIMAK-BMN;
- d) Pemberian bantuan administrasi keuangan;
- e) Pengelolaan dan pelayanan ketatausahaan dan urusan dalam; dan
- f) Pemberian bantuan dalam penyusunan LRA (Laporan Realisasi Anggaran) dan pembuatan laporan akuntabilitas kinerja Satker meliputi analisis target pencapaian kinerja, program, dan anggaran.

Dalam melaksanakan tugas-tugas sebagaimana disebutkan di atas, Subbagrenmin dibantu oleh:

a) Urren (Urusan Perencanaan), yang bertugas memberikan bantuan dalam menyusun Renstra, Rancangan Renja, Renja, RKA-KL (Rencana Kerja dan Anggaran - Kementerian dan Lembaga), DIPA (Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran), Penetapan Kinerja, KAK

(Kerangka Acuan Kerja) atau TOR (*Term Of Reference*), RAB (Rincian Anggaran Biaya), dan LAKIP (Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah) Satker, serta pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program bidang Humas di lingkungan Polda;

- b) Urmin (Urusan Administrasi), yang bertugas menyelenggarakan kegiatan administrasi umum personel dan materil logistik; dan
- c) Urtu (Urusan Tata Usaha), yang bertugas menyelenggarakan kegiatan ketatausahaan dan urusan dalam.

3. Subbidpenmas

Subbidpenmas bertugas menyelenggarakan penerangan umum dan penerangan satuan yang meliputi pengelolaan dan penyampaian informasi termasuk kerja sama dan kemitraan dengan media massa berikut komponennya. Dalam melaksanakan tugasnya, Subbidpenmas menyelenggarakan fungsi:

- a) Penerangan umum dan satuan, pengelolaan, dan penyampaian informasi di lingkungan Polda; dan
- Perencanaan dan pelaksanaan kerja sama serta kemitraan dengan media massa berikut komponennya.

Dalam melaksanakan tugas-tugas sebagaimana disebutkan di atas, Subbidpenmas dibantu oleh:

a) Urpenum (Urusan Penerangan Umum), yang bertugas

menyelenggarakan penerangan umum;

- b) Urpensat (Urusan Penerangan Satuan), yang bertugas menyelenggarakan penerangan satuan; dan
- c) Urmitra (Urusan Kemitraan), yang bertugas menyelenggarakan kerja sama dan kemitraan dengan media massa berikut komponennya.

4. Subbid PID

Subbid PID bertugas melaksanakan pengumpulan dan pengolahan data, serta penyajian informasi dan dokumentasi, dan melakukan Anev kegiatan tugas Bidhumas. Dalam melaksanakan tugasnya, Subbid PID menyelenggarakan fungsi:

- a) Pengumpulan dan pengolahan data, serta penyajian informasi dan dokumentasi;
- b) Penganalisisan dan pengevaluasian kegiatan tugas Subbid PID;
- c) Peliputan informasi yang berkaitan dengan pemberitaan kegiatan Polda;
- d) Pemproduksian dan pendokumentasian informasi berkaitan dengan kegiatan Polda; dan
- e) Pemantauan hasil peliputan dan penyajian informasi kegiatan Polda.

 Dalam melaksanakan tugas-tugas sebagaimana disebutkan di atas,

 Subbid PID dibantu oleh:
- a) Urpullahinfodok (Urusan Pengumpulan dan Pengolahan Informasi dan

Dokumentasi), yang bertugas menyelenggarakan pengumpulan dan

pengolahan data, serta penyajian informasi dan dokumentasi;

b) Urlipprodok (Urusan Peliputan, Produksi, dan Dokumentasi), yang

bertugas melaksanakan peliputan, produksi, dan dokumentasi; dan

Urmonitor (Urusan Monitoring), yang bertugas menyelenggarakan

monitoring.55

B. Deskripsi Subvek dan Informan Penelitian

1. Deskripsi Subyek Penelitian

Subyek yang dijadikan penelitian merupakan staf humas Polda Jawa Timur,

dimana mereka terlibat dalam kegiatan cyber public relations Polda Jawa Timur.

Peneliti dapat lebih mudah dalam menggali dan mendapatkan informasi mengenai

Cyber Public Realtions yang di kelola oleh bidang humas Polda Jawa Timur. Adapun

nama-nama informan adalah sebagai berikut:

a. Nama: AKBP Putu Mataram

Jabatan: Kaur Kemitraan

AKBP Putu Mataram, berusia 58 Tahun ini telah menjabat di posisinya

sebagai Kaur Kemitraan dan bekerja di Humas Polda Jawa Timur selama

3 tahun, sebelumnya beliau pernah menjabat sebagai Pejabat Sementara

Kasubdit Penmas, Kaur Pensat di Humas Polda Jawa Timur. Selama

berkarir beliau pernah menjabat sebagai Kapolsek di Ponorogo, Wonosari,

⁵⁵ Arsip Bidhum Polda Jatim

66

Sukapura, Trowulan, dan Kedung Kandang. Beliau dipilih menjadi

informan karena beliau menduduki sebagai Kepala Urusan Kemitraan

yang menangani pengawasan, keamanan dan kerja sama kepada

masyarakat dimana beliau mengerti informasi seputar cyber public

relations di Polda Jawa Timur.

b. Nama: Brigadir Liana Muandriyeni N.T

Jabatan: Admin sosial media

Brigadir Liana, telah menjabat di posisinya sebagai Admin sosial media di

bidang Humas Polda Jawa timur. Bagiannya ialah mengelolah media

sosial dan juga menangkal berita hoax yang beredar di media sosial.

Brigadir Liana dipilih menjadi informan karena jabatanya sebagai kepala

bagian admin media sosial yang merupakan salah satu media relations

Polda Jawa Timur.

c. Nama: Bripda Ice Larasati

Jabatan: Admin Website dan berita

Bripda Ice, wanita berusia 20 Tahun ini telah menjabat di bagian humas

Polda Jatim sebagai Kasubag Renmin bagian admin berita dan website.

Penempatan pertama Bripda Ice di humas Polda Jawa Timur sejak tahun

2017 hingga saat ini. Pengalamannya sebelum menjadi admin website dan

berita ia ditempatkan di bagian Renmin, pernah juga ditempatkan di

bagian liputan yakni mendokumentasikan kegiatan yang ada di Polda, dan

bagian cyber crime bertugas menangkal berita hoax di media sosial.

67

Bripda Ice dipilih menjadi informan karena jabatanya sebagai Kasubag

Renmin bagian admin website dan kelola berita tribratanews.com yang

merupakan salah satu media relations Polda Jawa Timur.

d. Nama: Bripda Sindita

Jabatan: Admin Facebook

Bripda Sindita, telah menjabat di posisinya sebagai Admin sosial media di

bidang Humas Polda Jawa timur. Bagiannya ialah mengelolah akun

Facebook milik Humas Polda Jawa Timur dan juga membuat konten-

konten menarik untuk dipublikasikan ke Facebook Humas Polda Jawa

Timur. Bripda Sindita dipilih menjadi informan karena jabatanya sebagai

admin media sosial Facebook.

e. Nama: Bripda Aldy

Jabatan: Admin Youtobe

Bripda Aldy, telah menjabat di posisinya sebagai Admin sosial media di

bidang Humas Polda Jawa timur. Bagiannya ialah mengelolah akun

Youtobe milik Humas Polda Jawa Timur dan juga membuat video-video

menarik untuk dipublikasikan ke youtobe Humas Polda Jawa Timur.

Bripda Aldy dipilih menjadi informan karena jabatanya sebagai admin

Youtobe.

A. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian ini merupakan hasil dari proses pengumpulan data di lapangan yang kemudian disajikan dalam bentuk tulisan deskripsi dan pemaparan secara detail serta mendalam.

Dalam deskripsi ini, peneliti menjelaskan data diantaranya, hasil wawancara dengan informan untuk mengetahui implementasi *cyber public relations* dalam meningkatkan citra, hambatan *cyber public relations* Polda Jawa Timur.

1. Implementasi cyber publik relations Polda Jawa Timur

Dalam menjalankan tugasnya sebagai praktisi PR, *cyber public relations*Humas Polda Jawa Timur memiliki tahapan-tahapan dalam pelaksanaannya, tahapan tersebut yaitu:

a) Menjalin kerjasama

Cyber public relations Humas Polda Jawa Timur berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan untuk meningkatkan kerjasama. Salah satunya adalah dengan Kasubag Humas dari masingmasing satuan Polres di Jawa Timur. Seperti yang disampaikan oleh Bripda Ice selaku admin website.

"Sebelum itu kita ada grub dari Kasubag Humas yaitu pimpinan dari humas wilayah dari jajaran Polres Polda Jawa Timur. Nah dari situ nanti setiap

satuan Polres membagikan atau ngirim berita lewat grup itu sebuah kegiatan rutin jadi ya harus ada kerjasama yang baik sama setiap satuan wilayah."⁵⁶

Untuk mencapai hasil yang bagus dan maksimal kerjasama diperlukan dari masing-masing staf Humas Polda Jawa Timur, namun tidak hanya dari pihak internal saja tetapi juga dari pihak eksternal. Hal ini diungkapkan oleh Bripda Aldy selaku salah satu admin media sosial.

"Untuk proses kerjanya biar maksimal kita dibagi beberapa tim, kalo facebook ada 2 orang, instagram ada 3 orang, youtobe 1 orang,dan tweeter 2 orang jadi ya butuh timwork dari masing-masing admin. Kalo fungsi Humas sendiri kan Hubungan Masyarakat, kita menjalin kerjasama dari masyarakat, ketika masyarakat butuh info atau perihal yang lain mereka menghubungi kita. Karna media sosial sekarang kan banyak tersebar info yang tidak benar. Maka dari itu kita selaku humas polisi harus melakukan validasi berita yang keluar dari media sosial." ⁵⁷

Sehubung dengan tugas Polri yaitu mengayomi, melindungi dan melayani masyarakat. Serta menciptakan ketertiban dan keamanan di masyarakat guna bersatunya NKRI. Kerjasama dilakukan tidak hanya dari pihak internal saja tetapi juga dari pihak eksternal, seperti yang diungkapkan oleh AKBP Putu.

"Kita bekerja sama dengan semua stakeholder semua fungsi-fungsi baik itu intern polisi maupun yang ada di luar polisi termasuk karna kita sebagai humas bekerjasama dengan media-media massa atau medsos. Ya jadi peran kita adalah bagaimana mengajak masyarakat untuk bersama-sama mengikuti dan menciptakan katibmas karena sesuai tugas pokok polisi itu tadi yah untuk memberikan pengayoman, pelindungan dan termasuk penegakan yah, jadi bagaimana kita berperan di dunia maya juga ikut bersama-sama membina mendidik masyarakat agar masyarakat sadar kalau kegiatan-kegiatan di dunia maya kalau misalnya ikut menyebarkan berita-berita hoax yang bisa mengganggu keutuhan NKRI. Seperti saat ini menjelang pemilu presiden dan pemilu legislative banyak sekali berita hoax yang dapat menimbulkan gangguan katibmas itu. Kita harus memelihara keamanan tapi dalam

⁵⁷ Wawancara dengan Bripda Aldy pada tanggal 21 Desember 2018

-

⁵⁶ Wawancara dengan Bripda Ice pada tanggal 04 Desember 2018

menciptakan keamanan kita tidak bisa berdiri sendiri tetapi polisi harus bekerja sama dengan pihak-pihak yang lain."⁵⁸

b) Cyber Public Relations Humas Polda Jawa Timur Menggunakan Berbagai Media Online

Proses yang dilakukan Polri untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanan berbasis online dilaksanakan dan dikelolah oleh Bagian Humas Polda Jawa Timur melalui media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat. Hal tersebut disampaikan oleh Brigadir Liana selaku admin media sosial.

"Ya media sosial yang umunya digunakan di masyarakat. Kita menggunakan Facebook, Instagram, Youtobe, Tweeter. Kalo dulu kita sempat merambah ke Path dan G+ dan 2 media sosial itu jarang pengguna bahkan path saat ini sudah nyaris kan nah kita juga menyesuaikan pengguna di 2 media sosial itu sudah berkurang ya kita lebih fokus yang banyak pengguna gitu." ⁵⁹

Hal ini juga disampaikan oleh Bripda Sindita bahwa kehumasan yang dilakukan di media online perlu mengikuti perkembangan zaman untuk menyapaikan informasi ke publiknya melalui media mainstream yang banyak digunakan oleh masyarakat.

"Kita mengikuti perkembangan zaman ya, sekarang yang lagi buming kan facebook,instagram, tweeter sama youtobe. Jadi kita sebagai humas menyampaikan informasi melalui akun-akun mainstream seperti ini."

⁵⁹ Wawancara dengan Brigadir Liana pada tanggal 21 Desember 2018

⁵⁸ Wawancara dengan AKBP Putu pada tanggal 07 Desember 2018

⁶⁰ Wawancara dengan Bripda Sindita pada tanggal 21 Desember 2018



Gambar 3.3 Instagram Humas Polda Jawa Timur Gambar 3.4 Youtobe Humas Polda Jawa Timur



Gambar 3.5 Facebook Humas Polda Jawa Timur

c. Cyber Public Relations Humas Polda Jawa Timur Membuat Konten-Konten
 Menarik

Dalam prosesnya *cyber public relations* menggunakan media sosial sebagai sarana pendekatan diri dengan publiknya yaitu dengan cara menampilkan sesuatu yang membuat masyarakat mengunjungi akun media sosial Humas Polda Jawa Timur. Hal ini disampaikan oleh Brigadir Liana.

"Kita menggunakan media sosial ini salah satunya adalah biar tidak vakum karna kalo kita menyampaikan suatu hal tapi besok kita diem itu kan pasti masyarakat akan menganggap vakum sehingga masyarakat tidak ingin mengunjungi lagi kan jadi kita update terus. Dengan cara diisi konten konten ringan tapi di dalamnya berisi informasi, kemudian kita bikin meme yang menarik untuk generasi milenial yang isinya contoh himbauan agar tidak menyebarkan berita hoax,dll. Terus video juga kita bikin yang menarik soalnya medsos didominasi oleh generasi milenial jadi kita ya mengikuti bahasanya kita juga menggunakan bahasa yang sama seperti mereka agar postingan kita tidak dilewati saja biasaanya kalo jelek kan langsung di skip nah gimana caranya agar mereka melihat postingan kita."



Gambar 3.6 Informasi mengenai berita hoax dikemas dengan menarik.

Berbeda dengan media sosial Humas Polda Jawa Timur, website tribratanewsjatim.com lebih memfokuskan kepada tata cara penulisan berita yang akan dimuat.

"Sebenernya bahasan yang ada di website itu ada ciri khasnya sendiri ga kayak media online lainya. Nah ciri khasnya itu didahului tulisan tribratanewspoldajatim.com baru beritanya, tata cara penulisan tanggal juga

.

⁶¹ Wawancara dengan Brigadir Liana pada tanggal 21 Desember 2018

berbeda seperti kebanyakan media online lainnya menggunakan angka 01 nah kalo kita itu langsung angka 1 ga pake 0."62



Gambar 3.7 Tata cara penulisan berita pada website tribratanewsjatim.com

d. Komunikasi Cyber Public Relations Humas Polda Jawa Timur Kepada Publik

Dalam website tribratanewsjatim.com *Cyber public relations* Humas Polda Jatim menggunakan sistem komunikasi satu arah, publik hanya dapat menerima informasi berita dan membagikan berita. Hal ini disampaikan oleh Bripda Ice.

"Karna media kita termasuk baru mbak jadi belum bisa seperti media online lainya yang membuka komen dan saran dari publik. Tapi untuk share berita itu bisa mbak biasanya di share ke twetter,facebook,youtobe,instagram. Kalo di website tribratanewsjatim.com itu hanya sekedar memberi informasi dan berita saja mbak biar masyarakat itu tahu mengenai kejadian-kejadian di wilayah Polda Jatim."

Untuk media sosial yang dimiliki Humas Polda Jawa Timur sudah berjalan dua arah, masyarakat dapat memberikan tanggapan ataupun pertanyaannya di media

63 Wawancara dengan Bripda Ice pada tanggal 04 Desember 2018

⁶² Wawancara dengan Bripda Ice pada tanggal 04 Desember 2018

sosial yang dimiliki Humas Polda Jawa Timur, pertanyaan yang masuk di respon oleh admin media sosial Humas Polda Jawa timur. Brgadir Liana memaparkan,

"Bentuk pelayanan komunikasi kita selalu menjawab segala hal yang di sampaikan masyarakat kepada kita. Masyarakat bisa bertanya di semua media sosial yang kita miliki dan setiap pertanyaan masyarakat pasti kita jawab satusatu karena itu adalah salah satu pelayanan kita kepada masyarakat. Bahkan masyarakat Jawa Timur itu cenderung informasi yang sebetulnya bukan di tanyakan ke polisi misalkan itu menanyakan masalah rekening listrik, masalah PDAM itu tanyanya ke humas polisi padahal seharusnya ditanyakan ke institusi terkait. Tapi karna masyarakat tanya ke kita setiap ada pertanyaan itu wajib kita jawab akhirnya kita harus mencari informasi tersebut informasi yang real yang valid yang kita sampaikan." 64

Hal serupa juga disampaikan oleh AKBP Putu, bahwa media sosial yang dimiliki Humas Polda Jawa Timur berjalan dua arah, masyarakat dapat menayakan informasi yang dibutuhkan mengenai Kepolisian. Selain itu masyarakat juga dapat melapor atau mengadu melalui media sosial Humas Polda Jawa Timur dengan catatan aduan yang di laporkan harus jelas sumbernya.

"Kalo di media sosial tentunya mungkin ada yang menanyakan secara langsung tentang persyaratan-persyaratan dan kita juga memberi keterangan. Bilamana ada orang bertanya ke akun kita pasti kita akan mengarahkan ke website. Seperti misalnya ada yang bertanya berita ini hoax atau bukan? Umpamanya begitu nah tentunya disini kita akan sampaikan apakah itu berita hoax atau misalnya bukan dan sebagainya sehingga masyarakat tidak terkontaminasi atau mengikuti berita yang sifatnya keliru. Kalau ada aduan dari masyarakat itu bisa kami tindak lanjuti dengan catatan apa yang disampaikan itu harus ada persyaratan yang pertama pelapor betul-betul ada identitasnya kemudian kejadian yang di adukan itu jelas. Sehingga jika masyarakat melakukan aduan palsu di media sosial atau untuk mengecoh kita tentu kita akan telusuri."65

-

⁶⁴ Wawancara dengan Brigadir Liana pada tanggal 21 Desember 2018

⁶⁵ Wawancara dengan AKBP Putu pada tanggal 07 Desember 2018

e. Pemberian Informasi Publik

Pemenuhan informasi publik seputar Kepolisian dapat diakses melalui layanan pada menu yang sudah dikelompokkan oleh *cyber public relations* untuk mempermudah masyarakat dalam mencari informasi. Hal ini disampaikan oleh Bripda Ice sebagai berikut.

"Isinya itu ada profil Polda Jawa Timur, post berita, berita ini di beda-bedakan agar lebih memudahkan si pembaca untuk mencari informasi atau mengetahui apa sih kalo dari Lantas mengetahui tentang apa sih nah itu bisa diketahui. Ada yang dari Mabes, Polda, Polres juga. Terus ditampilkan fungsi dari masing-masing bagian nah setiap fungsi ini juga di bedakan mbak seperti fungsi Lantas sendiri, fungsi narkoba,dsb. Ada juga pemberitahuan persyaratan seperti membuat SIM, SKCK,dsb. Kemudian misal ada operasi zebra atau press release nah itu kita sampaikan informasinya. Kalo ga gitu ya release tentang penangkapan curanmor,togel terus kayak miras gitu mbak. Beda dengan media online lainya kalo tribratanews bahasanya agak lebih kepolisian mbak. Pelaksanaanya setiap hari kan ada aja wilayah yang kurang kondusif lah keadaanya. Misal nih di Magetan hari ini ada curanmor besoknya gentian ada yang di Jember ada begal atau kasus lainya. Kadang juga ada press release dari Polda di Humas nah itu kita naikkan berita itu. 66

Hal serupa juga diungkapkan oleh AKBP Putu, bahwa informasi yang disampaikan melalui website bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mencari informasi seputar Kepolisian, lebih cepat, efektif dan efesien. Sedangkan media sosial yang dimiliki Humas Polda Jawa Timur digunakan untuk melakukan patroli di dunia maya.

"Jadi di website kita menyuguhkan berita-berita seputar kepolisian di lingkup wilayah Jawa Timur juga ada pelayanan-pelayanan yang kita sampaikan khususnya berkaitan dengan tugas-tugas pokok kepolisian, karna semua pelayanan-pelayanan masyarakat di jajaran Polda Jatim ini sudah

.

⁶⁶ Wawancara dengan Bripda Ice pada tanggal 04 Desember 2018

mennggunakan online seperti bagaimana pengurusan SIM, bagaimana melakukan pengurusan SKCK, sehingga masyarakat diharapkan dengan membuka website yang kita miliki itu masyarakat memahami oh untuk mengurus SIM persyaratanya begini. Sehingga nanti diharapkan masyarakat yang dateng mengurus SIM ini tidak terlalu lama menunggu di kantor polisi, termasuk pengurusan-pengurusan ijin lainnya gitu ya. Jadi kita menyampaikan informasi yang baku dan akurat itu harus di survey dari aturan-aturan sehingga yang kita sampaikan ke masyarakat memang itu lah persyaratan untuk mengurus SKCK harus ada poto berwarna misalnya trus harus membawa KTP asli, dsb. Di medsos juga mbak tapi di medsos ini lebih banyak melakukan apa namanya patrol-patroli untuk mencegah gangguangangguan katibmas."

Informasi yang di sampaikan *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur kepada masyarakat di media sosialnya berkaitan dengan klarifikasi berita hoax, ungkap kasus, serta himbauan. Seperti yang diungkapkan Brigadir Liana.

"Informasi yang kita sampaikan adalah hal-hal yang bersifat kepolisian yang ingin kita sampaikan misal klarifikasi hoax, berita hoax, pengungkapan kasus, terus kemudian kita berikan himbauan untuk tidak melakukan pelanggaran lalu lintas atau kriminal, kita melakukan himbauan agar masyarakat waspada karna kejahatan bukan terjadi karna faktor kesempatan karna juga ada niat,dsb. Hal-hal seperti itu yang kita sampaikan, Kemudian di grup-grup medsos kita infokan tiap harinya ada hoax apa saja nah kita infokan dan klarifikasi supaya perluasan informasi lebih cepat."



⁶⁷ Wawancara dengan AKBP Putu pada tanggal 07 Desember 2018

⁶⁸ Wawancara dengan Brigadir Liana pada tanggal 21 Desember 2018

_

Gambar 3.8 Klarifikasi berita hoax melalui media sosial

f. Cyber public relations Humas Polda Jawa Timur Dalam Membentuk Citra

Bidang Humas Polda Jawa Timur menggunakan *cyber* PR tidak hanya untuk memberikan informasi namun juga untuk membentuk citra (*image*) positif Polri melalui klarifikasi isu-isu tidak benar yang beredar di masyarakat serta memberikan edukasi kepada masyarakat. Hal ini disampaikan oleh Brigadir Liana.

"Memberikan himbauan, memberikan edukasi, itu salah satu cara meredam opini negatif dengan kita semakin sering memberikan edukasi masyarakat semakin paham. Nah ketika masyarakat semakin paham kemungkinan mereka untuk memiliki opini negatif itu akan semakin berkurang, disamping edukasi tadi kita juga memberikan klarifikasi hoax. Kadang masyarakat itu beropini negatif ketika memperoleh sebuah isu kadang mereka beropini di situ. Nah makanya kita memberikan klarifikasi dari isu yang mereka terima untuk memperkecil opini negatif mereka. Contoh prosedur pembuatan SIM, mereka sering mengatakan polisi pungli pada pembuatan SIM nah kita sampaikan kepada masyarakat prosedur pembuatan SIM itu melalui tahapan mengikuti tes, dsb. Kecenderunganya kan banyak masyarakat yang tidak mau repot dalam mengikuti itu, nah kita berikan edukasi jika tidak ingin ada pungli dalam pembuatan SIM ya ikutilah prosedurnya. Selain kita melakukan edukasi dan pengawasan kita memberikan klarifikasi berita hoax, informasinya kita sreenshot kemudian kita stempel hoax dan kita berikan keterangan yang benar. Dengan semakin sering kita memberikan klarifikasi, masyarakat akan semakin tau dan berhati-hati ketika memperoleh serta lebih menyaring dahulu sebelum di share. Masyarakat akan tanya ke kita bener ga sih informasi A seperti ini nah kita memberikan keterangan itu kita sudah memperoleh keberhasilan ketika masyarakat mau bertanya tentang kebenaran suatu berita."69

⁶⁹ Wawancara dengan Brigadir Liana pada tanggal 21 Desember 2018

Hal ini juga ditambahkan oleh AKBP Putu yang menyatakan, bahwa Citra dapat terbentuk dari penilaian masyarakat terhadap kinerja Kepolisian selama ini. Bila terdapat hal-hal negatif, masyarakat dapat memberikan laporan kepada pihak Kepolisian untuk kemudian di klarifikasi dan ditindak lanjuti. Untuk meredam pembentukan citra negatif, Humas Polda Jawa Timur menggunakan cara menampilkan keberhasilan Polri dalam menangani sebuah kasus.

"Jadi semua itu adalah penilaian dari masyarakat. Tentunya apa yang kita sampaikan ke pada masyarakat itu adalah hasil dari kinerja kepolisian. Sehingga kita harapkan jika terjadi hal-hal yang negatif kita mohon kepada masyarakat untuk memberi laporan yang langsung sehingga kita bisa memberi klarifikasi dan merubah atau memberikan pelayanan yang lebih bagus lagi kepada masyarakat. Jika ada omongan tentang kinerja polisi yang kurang bagus dsb tentunya kita disini di media massa di media online juga tetap memberikan informasi kepada masyarakat tentang apa sih yang sudah dilakukan oleh polisi khususnya yang berkaitan tentang tugas-tugas yang telah diberikan oleh Negara kepada kepolisian. Sehingga berita yang sifatnya pelayanan kepada masyarakat ataupun dalam wilayah penegakan hukum. Karena banyak hal-hal yang ditanyakan masyarakat sejauh mana kasus yang ditangani dsb. Tentunya disini kita memberikan laporan dan informasi kepada masyarakat di media massa tentang keberhasilan-keberhasilan yang dilakukan oleh kepolisian kita ungkap dan kita sampaikan untuk menunjukkan beritaberita yang baik. Kita tunjukkan kepada masyarakat bahwa keberhasilankeberhasilan polisi juga tidak kalah pentingnya dengan apa yang dilihat oleh masyarakat. Karna biasanya yang membuat negatif itu kan biasanya melihat ada oknum-oknum petugas-petugas yang melakukan tindakan yang tidak pas, kaadang ada masyarakat yang melakukan pengaduan kepada polisi dan belum ditindak lanjuti nah ini yang menimbulkan citra negatif. Seperti contohnya kemarin dengan kejadian bom di beberapa tempat, polisi langsung melakukan tindakan pengamanan dan lain sebagainya termasuk mengindentifikasi siapa sih pelakunya, sehingga demikia masyarakat tidak mengalami keresahan lagi dengan adanya tindakan-tindakan yang kita lakukan dalam rangka menantisipasi katibmas."70

_

 $^{^{70}}$ Wawancara dengan AKBP Putu pada tanggal 07 Desember 2018

Selain memberikan informasi berita kepada masyarakat, Media sosial dan website digunakan untuk media publisitas mengenai keberhasilan Polisi serta memberikan klarifikasi berita. Hal ini disampaikan oleh Bripda Ice.

"Kita menguploud pemberitaan yang lebih menonjolkan kegiatan polisi, kinerja kepolisian dan menonjolkan prestasi-prestasi Polda Jatim. Dan untuk menangkal pemberitaan negatif kita menyuguhkan berita atau kejadian yang sebenarya terjadi."⁷¹



Gambar 3.9 Polda Jawa Timur meraih prestasi dalam pengungkapan kasus

g. Pengawan Media Online

Cyber public relations Bidang Humas Polda Jawa timur mengontrol dan mengawasi media online melalui patroli yang dilakukan oleh bagian Cyber Patrol untuk memberantas berita hoax dan akun-akun yang bersifat profokatif, dengan pelaksanaan yang dilakukan kurang lebih 1x24 jam. Hal ini disampaikan AKBP Putu sebagai berikut:

⁷¹ Wawancara dengan Bripda Ice pada tanggal 04 Desember 2018

"Seperti kita ketahui bahwa masyarakat sendiri memiliki medsos nah dari prosessnya itu kita lakukan patroli dunia maya. Bila mana menemukan akunakun yang sifatnya profokatif yang menyebarkan isu sara dsb kalau memang itu tidak jelas nah kita mempunyai kewajiban sesuai dengan UU itu melangsungkan pembunuhan terhadap akun-akun tersebut ya. Bilamana kita menemukan alamatnya atau akunnya tidak jelas dan mengganggu katibmas tentunya kita juga melakukan tindakan hukum. Di Polda pun ada yang namanya cyber patrol untuk melaksanakan kegiatan pengawasan terhadap kegiatan masyarakat terhadap informasi-informasi yang berkembang di medsos maupun di media online lainnya. Cyber patrol ini berfungsi melakukan patrol-patroli di dunia maya dimana disana ada medsos baik dari fb,instagram,dsb. Kalo pelaksanaanya kita ada tempat khusus untuk melaksanakan kegiatan ini ya artinya kegiatan ini kita lakukan hampir setiap hari selama 1x24 jam apalagi yang melalui medsos karena apa setiap saat ada saja berita-berita yang muncul dan kita tidak bisa menentukan jam berapa berapanya namun dari hasil patrol kalo kita menemukan pasti kita lakukan tindakan-tindakan."72



Gambar 3.10 Polda Jawa Timur menangkap pemalsuan akun

Pengawasan yang dilakukan oleh *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur pada media sosial yaitu selama 24 jam. Pengawasan tersebut terkait penyebaran berita hoax, klarifikasi, himbauan dan edukasi kepada masyarakat agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Hal tersebut disampaikan oleh Brigadir Liana.

72 Wawancara dengan AKBP Putu pada tanggal 07 Desember 2018

"Proses kita laksanakan seperti biasa kita laksanakan seperti menjadi PR di dunia nyata. Hanya kegiatannya kita lakukan di dunia maya. Media online itu kan tidak dibatasi waktu, jadi kita melakukanya juga menyesuaikan untuk mengawasi itu kita 24 jam untuk menjadi PR di dunia maya. Nah fenomena di media sosial semakin kesini kan semakin kompleks bukan hanya seperti dulu yang hanya fine friends atau frienster kan bukan fenomenanya semakin kesini kan semakin kompleks. Karna kekompleksan dunia maya yang semakin besar nah kita menjadi PR harus merambah kesana. Nah seperti kekompleksitasan tersebut juga terkait berita-berita hoax kalo kita tidak mengklarifikasi dan masuk kesana itu kan akan membiarkan masyarakat menelan info-info hoax yang justru sebenernya itu merugikan masyarakat sendiri. Karna dasar itu kita sebagai PR merambah ke sana itu. Terus jangan melakukan tindakan yang melawan hukum dalam menggunakan media sosial, pasal-pasalnya itu kita sampaiakan jadi masyarakat ada suatu konteks pembelajaran disitu. Jadi kita ga hanya menghimbau tapi kita juga memberikan edukasi biar masyarakat itu tau menggunakan media sosial itu ada aturanya, ada undang-undang yang mengatur kita menggunakan media sosial, jadi jangan menggunakan media sosial semau gue dan merugikan orang lain jadi agar masyarakat berhati-hati. Dan kita lebih mengawasi media sosial."73

Untuk website Tribratanewsjatim.com melakukan pengawasanya dibantu dari masing-masing satuan Polres di Jawa timur. Namun website tribratanewsjatim.com lebih untuk mengunggah berita dari kumpulan kejadian menonjol seperti curanmor, kriminal, penangkapan tersangka dari berbagai wilayah di Jawa timur. Seperti yang disampaikan oleh Bripda Ice.

"Pelaksanaanya setiap hari kan ada aja wilayah yang kurang kondusif lah keadaanya. Misal nih di Magetan hari ini ada curanmor besoknya gantian ada yang di Jember ada begal atau kasus lainya. Dari kumpulan kejadian itu berita menonjol dari berbagai daerah. Contohnya saja di Surabaya terjadi penangkapan tentang tersangka, nah itu beritanya kita angkat tapi tidak semua berita kita release mbak jadi hanya berita-berita menonjol saja yang dapat di

⁷³ Wawancara dengan Brigadir Liana pada tanggal 21 Desember 2018

publikasikan ke masyarakat. Jadi mbak kita menyebarkan beritanya ke masyarakat ya lewat website tribratanews.com."⁷⁴

2. Hambatan yang dialami dalam Pelaksanaan *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur

Dalam pelaksanaanya tentu terdapat banyak hambatan yang dihadapi oleh praktisi PR begitu juga dengan *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur yang memiliki kendala dalam proses pelaksanaannya, yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya Sumber Daya Manusia

Adapun hambatan atau kendala yang dialami Humas Polda Jawa Timur dalam Pelaksanaan *cyber public relations* yaitu keterbatasan personil dalam mengelola *cyber public relations* khususnya dalam media sosial, kurangnya Sumber Daya Manusia menjadi pemicu kinerja yang kurang maksimal. Seperti yang diungkapkan AKBP Putu:

"Tenaganya masih kurang dan diharapkan menambah personil-personil yang lebih professional yang lebih muda-muda lagi yang memang juga senang di media sosial yang pengetahuanya juga cukup luas. Kita akan meminta kepada atasan untuk penambahan personil di tempat kita."

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Brigadir Liana terkait hambatan yang dipicu dari kurangnya personil *cyber public relations* yang mengelola media sosial. Sehingga jumlah personil yang sudah ada dituntut untuk bekerja secara lebih maksimal.

⁷⁵ Wawancara dengan AKBP Putu pada tanggal 07 Desember 2018

_

⁷⁴ Wawancara dengan Bripda Ice pada tanggal 04 Desember 2018

"Kalo kekurangan dari internal adalah jumlah personil polisi yang kurang mencukupi untuk menjadi seorang PR di media sosial sehingga kita ini dituntut untuk bekerja 24 jam sekali lagi kita hanya manusia seperti biasa dimana kita memiliki suatu titik dimana kita itu harus beristirahat. Nah dengan kekurangan personil inilah yang yang akhirnya membuat kita harus bekerja 24 jam padahal jika kita memiliki jumlah personil yang mencukupi kita bisa melakukan sitem sift kerja, siapa yang bekerja dari pagi sampe jam sekian dan siapa yang bekerja dari jam sekian sampai malam. Untuk saat ini mengatasinya kita itu tadi memberdayakan semaksimal mungkin SDM yang kita miliki karna sudah ga ada cara lain ya kita harus menggunakan yang sudah ada dengan bekerja secara maksimal."

2. Peralatan Kurang Memadai

Dalam pelaksanaan *cyber public relations* melalui website tribratanewsjatim.com masih memiliki kendala atau hambatan terkait peralatan yang kurang memadai yaitu terkait permasalahan komputer dan juga terjadinya pembobolan situs website. Hambatan lain juga diungkapkan oleh Bripda Ice mengenai prasarana yang kurang memadai di website tribratanewsjatim.com yaitu belum tersedianya kolom komentar dan saran bagi masyarakat namun hal ini diminimalisir dengan lebih kreatif dalam penulisan berita agar menarik minat pembaca. Hal ini diungkapkan oleh Bripda Ice.

"Kendalanya ini kadang ngeheng mbak dalam seminggu itu sehari bisa sehari engga kayak di hack orang tapi sementara karna kita kan punya ID tersendiri untuk mengatasi itu. Kalo untuk kekurangannya itu tadi mbak belum tau tanggapannya dari masyarakat itu kayak gimana jadi komen belum tersedia di website. Upayanya kita sih ya lebih kreatif lagi mbak dengan penulisan beritanya agar masyarakat lebih tertarik untuk membacanya."

⁷⁷ Wawancara dengan Bripda Ice pada tanggal 04 Desember 2018

-

⁷⁶ Wawancara dengan Brigadir Liana pada tanggal 21 Desember 2018

AKBP Putu menambahkan terkait hambatan atau kendala pelaksanaan *cyber public relations* salah satunya karena peralatan yang kurang memadai dan dipicu oleh peralatan yang kurang canggih.

"Termasuk kita sudah mengajukan ke pimpinan untuk dilengkapi dengan peralatan yang lebih canggih atau lebih modern lagi dengan melihat situasi yang ada. Tetapi secara teknis tidak ada masalah." ⁷⁸

Cyber public relations Humas Polda Jawa Timur dituntut untuk bekerja selama 24 jam memantau media sosial, hambatan yang sering muncul adalah kuota internet yang habis. Hal serupa disampaikan oleh Brigadir Liana.

"Hambatan yang kita alami, karna kita bekerja menggunakan kuota nah disaat kita di rumah kita memantau media sosial. Oke lah kalo di kantor kita bisa menggunakan fasilitas wifi tetapi kalo di rumah kan kita menggunakan kuota nah kendalanya ketika kuota kita habis itu aja. Karna kita bekerjanya nonstop 24 jam."

3. Kurang Koordinasi

Dalam sistem koordinasi yang dilakukan oleh masing-masing Polres satuan wilayah dengan anggota CPR Humas Polda Jawa Timur terkadang terdapat keterlambatan pengiriman berita, namun keterlambatan pengiriman informasi berita disadari terbenturnya waku dan padatnya kegiatan dari masing-masing Polres. Hal ini diungkapkan Bripda Ice.

"Kendalanya lagi dalam aploud berita kadang kan kegiatan di satuan polres banyak jadi kayak beritanya itu lampau nah sedangkan kita kan dituntut untuk memberikan berita yang baru aja terjadi."80

⁷⁸ Wawancara dengan AKBP Putu pada tanggal 07 Desember 2018

⁷⁹ Wawancara dengan Brigadir Liana pada tanggal 21 Desember 2018

⁸⁰ Wawancara dengan Bripda Ice pada tanggal 04 Desember 2018

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Berdasarkan pada apa yang peneliti amati di lapangan, peneliti dapat mengumpulkan data baik berdasarkan wawancara maupun observasi. Data yang muncul dari penelitian lapangan akan di sajikan dalam bab analisis data yang mana peneliti telah memusatkan perhatian dan menyederhanakannya menjadi pernyataan-pernyataan yang akan di konfirmasi dengan teori pada sub bab selanjutnya. Hasil pegumpulan data-data yang dilakukan peneliti berkaitan dengan *cyber public relations* Bidang Humas Polda Jawa Timur menghasilkan beberapa temuan sebagai berikut:

1. Implementasi cyber publik relations Polda Jawa Timur

Dalam menjalankan tugasnya sebagai praktisi PR, *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur memiliki tahapan-tahapan dalam pelaksanaannya, tahapan tersebut yaitu:

a. Menjalin kerjasama dari berbagai stakeholder

Humas dalam institusi pemerintahan sangat dibutuhkan sebagai perantara institusi Polri dengan publik dan sebagai sosok yang responsif dengan masyarakat. Sehubung dengan tugas Polri yaitu mengayomi, melindungi dan melayani masyarakat. Mengarah pada peran Polri salah

satunya ialah menciptakan keamanan dan ketertiban di masyarakat (Katibmas) yang juga harus diimbangi dengan kerjasama yang baik dari seluruh lapisan stakeholder baik dari pihak Kepolisian, pemerintah maupun masyarakat guna bersatunya NKRI.

Dalam proses pelaksanaannya cyber PR Polda Jawa Timur lebih banyak menjalin hubungan baik dan bekerjasama yang baik dengan berbagai pihak (internal relations) maupun hubungan keluar (eksternal relations) untuk meningkatkan kerjasama dan mendapat dukungan dari masyarakat (publik sasaran). Untuk mencapai hasil yang bagus dan maksimal kerjasama dilakukan pihak internal terlebih dahulu yaitu dari staf Humas Polda Jawa Timur dalam menjalankan tugas khususnya CPR Humas Polda Jawa Timur yang menjalankan fungsi dan tugasnya dengan baik terlihat dari pembagian tugas dan koordinsi pada bagian media sosial yaitu 2 anggota mengelolah Facebook, 2 anggota mengelolah Twetter, 3 anggota mengelolah Instagram, dan 1 anggota mengelolah youtobe, selain itu pada bagian website juga terdapat sebuah tim yang yang bekerjasama satu sama lain, pembagian tersebut yaitu anggota yang mengedit pemberitaan sebelum di terbitkan pada website, anggota yang membuat pers release, dan anggota yang mengelolah website tribratanews. Namun tidak hanya kerjasama dari pihak internal saja tetapi juga dari pihak eksternal.

Salah satunya adalah bekerjasama dengan 500 Polsek, 39 Polres/Polresta dan juga dengan Kasubag Humas dari masing-masing satuan Polres di Jawa Timur, koordinasi dari CPR Polda Jawa Timur dengan masing-masing satuan wilayah jajaran Polres di Jawa Timur untuk mengelolah pemberitaan yang akan dimuat pada website tribratanewsjatim.com. *Cyber public relations* Polda Jawa Timur juga menjalin kerjasama dengan publik melalui media sosial atau yang disebut dengan istilah netizen. Dalam hal ini CPR memberikan memberikan informasi kepolisian sebaliknya publik dapat memberikan laporannya untuk membantu Polda Jawa Timur menangani sebuah kasus yang terjadi di masyarakat. Hal ini dilakukan guna memperoleh opini positif dari publik serta perubahan yang positif bagi kedua belah pihak.

b. Menggunakan Media Mainstream

Di era Globalisasi yang semakin canggih dan modern lembaga pemerintahan dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman. Salah satu keunggulan media massa adalah dapat memberikan efek pembentukan citra baik seseorang berdasarkan informasi yang di terima oleh masyarakat, informasi tersebut dapat membentuk, mendefinisikan, atau mempertahankan citra.

Melalui media massa semua informasi berita dapat tersebar luas ke seluruh lapisan masyarakat. Seperti halnya Kepolisian Daerah Jawa Timur yang berupaya terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanannya, termasuk layanan berbasis online Polri yang dilaksanakan oleh Bagian Humas Polda Jawa Timur melalui media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat. Kehumasan yang dilakukan di media *cyber* ini dilakukan oleh *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur di media mainstream antara lain Facebook, Instagram, Youtobe, dan Tweeter untuk berkomunikasi dan menyapaikan informasi kepada publiknya.

Melalui pendekatan di media mainstream CPR Polda Jawa Timur dapat memperbaiki nama Polda Jawa Timur dari berita buruk yang tersebar pada masyarakat dan meningkatkan citra Polda Jawa Timur. Jika dahulu masyarakat hanya bisa mendapatkan informasi seputar kepolisian sangat sulit dan hanya bisa dilakukan tatap muka, setelah adanya cyber public relations masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai kepolisian, pemberitaan, dan pelayanan melalui media sosial.

c. Kreatif dalam membuat konten-konten di setiap media online

Praktisi Public Relations harus kreatif dalam membuat kontenkonten menarik di media relations nya. Dengan begitu masyarakat akan menganggap bahwa CPR Humas Polda jawa Timur hidup dan tidak vakum karena ide-ide kreatif yang dituangkan pada setiap kontennya yang berisi informasi seputar Kepolisian.

Untuk menampilkan membuat masyarakat sesuatu yang mengunjungi akun media sosial Humas Polda Jawa Timur perlu diisi sebuah konten-konten yang menarik seperti informasi ringan mengenai Kepolisian, meme yang berisi himbauan dan video yang dikemas menarik dengan mengikuti perkembangan zaman. Berbeda dengan media sosial Polda Jawa Timur, website tribratanewsjatim.com lebih memfokuskan pada tata cara penulisan berita yang dimuat dengan menampilkan ciri khas Kepolisian serta pembeda antara website tribratanewsjatim.com dengan media online lainnya. Dari hal tersebut masyarakat akan menilai bahwa Polda Jawa Timur bukan hanya lembaga yang memiliki wajah serius namun juga Polda Jawa Timur mengikuti perkembangan zaman.

d. Proses Komunikasi dilakukan dua arah

Praktisi PR merupakan sarana bagi organisasi dalam memberikan pengertian kepada masyarakat, persuasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku dan menginterpretasikan sikap dan perbuatan suatu organisasi melalui sikap dan perbuatan terhadap masyarakat.

Untuk menjalankan komunikasi dua arah, humas menjalankan fungsi manajemen sebagai fasilitator komunikasi yang membangun dan memelihara hubungan baik antara Polisi dan masyarakat. Berbagai Informasi atau berita Polri, pelayanan, serta informasi lainya tentu harus

dikomunikasikan kepada publik baik secara langsung (ofline), ataupun melalui perantara media online (website, media sosial). Begitupun sebaliknya, berbagai informasi yang berasal dari publik selalu disampaikan kepada Polri saat mendapatkan pertanyaan, keluhan, ataupun informasi terkait Polri.

Melalui *cyber* PR dapat membangun hubungan yang kuat dan bermanfaat. Dimana hal tersebut tak dapat langsung dilakukan melalui media offline, Tujuan dari penggunaan internet sebagai sebuah media adalah menembus batas ruang dan waktu serta mempercepat terjadinya komunikasi, karena memiliki sifat yang interaktif.

Kegiatan *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur belum sepenuhnya menggunakan komunikasi dua arah. Hal itu terjadi pada website tribratanewsjatim.com yang belum menerapkan sistem dua arah karena tergolong media baru. Selama ini publik hanya dapat menerima informasi berita dan membagikan kiriman berita dari website ke media sosial sepeti Facebook, Tweeter, Youtobe dan Instagram, namun untuk memberikan tanggapan atau komentar masih belum terealisasikan.

Pembentukan citra akan lebih mudah dilakukan jika komunikasi dua arah terbentuk. Untuk media sosial yang dimiliki Humas Polda Jawa Timur sudah berjalan dua arah, artinya publik bisa langsung memberikan tanggapan ataupun pertanyaannya di media sosial yang dimiliki Humas Polda Jawa Timur yaitu Facebook, Instagram, Youtobe,

Tweeter. Masyarakat dapat menayakan informasi yang dibutuhkan Kepolisian, keluhan, ataupun permintaan informasi. mengenai Pertanyaan tersebut mendapatkan feedback langsung dari admin media sosial Humas Polda Jawa Timur tanpa terkecuali meskipun terkadang mendapat pertanyaan seharusnya ditanyakan kepada pihak intansi lain namun ditanyakan kepada Kepolisian, CPR Humas Polda Jawa Timur berperan sebagaimana mestinya yaitu wajib menjawab disini pertanyaan-pertanyaan yang masuk melalui media sosial bila terdapat pertanyaan seperti itu CPR Humas Polda Jawa Timur melakukan validasi dari instansi terkait untuk kemudian menjawab pertanyaan tersebut. Selain itu masyarakat juga dapat melapor atau mengadu melalui media sosial Humas Polda Jawa Timur dan akan ditindak lanjuti dengan catatan aduan yang di laporkan harus jelas sumbernya.

Komunikasi yang berjalan dua arah antara *cyber public relations*Humas Polda Jawa Timur dengan publiknya dan terjalinnya interaksi merupakan strategi CPR Polda Jawa Timur untuk meningkatkan citra Polda jawa Timur.

e. Memberikan Informasi Kepada publik

Dengan adanya UU No. 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik, setiap masyarakat mempunyai hak untuk mendapatkan informasi. Tugas dari praktisi PR adalah melakukan upaya dalam menyampaikan isi pernyataan kepada khalayak sasaran agar tidak

merugikan dan memberi keuntungan secara terus menerus kepada organisasi. Melalui website memberikan kemudahan Polri dalam memberikan pelayanan secara online. Dengan demikian masyarakat lebih mudah dalam mengakses informasi dimana pun dan kapan pun.

Cyber public relations Humas Polda Jawa Timur dalam website tribratanewsjatim.com dengan menampikan profil Polda Jawa Timur, post pemberitaan setiap hari, fungsi dan tugas masing-masing bagian serta berbagai terobosan-terobosan kepolisian di tiap wilayah satuan kerja Polri pun dapat diakses masyarakat. Website tribratanews.com juga menyuguhkan berita seputar Kepolisian, menyampaikan press release, tugas pokok Kepolisian, aturan-aturan, serta persyaratanpersyaratan pelayanan di Polda Jawa Timur seperti cara membuat SIM, persyaratan membuat SKCK,dsb. Pelayanan online menggunakan website tersebut dilakukan Humas Polda Jawa Timur agar lebih efesien. Untuk mendapatkan informasi, masyarakat tidak lagi harus datang ke kantor polisi, tetapi tinggal membuka website saja. Melalui website tribratanewiatim.com cvber public relations mengklarifikasi pemberitaan negatif yang ditujukan kepada Polda Jawa Timur. Seperti kasus oknum Polisi Polda Jawa Timur yang melakukan Pungli, hal tersebut langsung di klarifikasi untuk kemudian disampaikan ke publik melalui website tribratanews.

Untuk media sosial yang dimiliki Humas Polda Jawa Timur yaitu Facebook, Instagram, Youtobe, dan Tweeter digunakan *cyber public relations* Humas Polda Jawa timur untuk menyampaikan informasi dan pemberitaan mengenai Kepolisian, selain itu juga digunakan untuk melakukan patroli berita hoax di dunia maya guna mencegah terjadinya gangguan ketertiban dan keamanan masyarakat. Pelayanan online pada media sosial Humas Polda Jawa Timur ialah menyampaikan berita kejadian di wilayah Polda Jawa Timur, menyampaikan informasi berupa klarifikasi mengenai berita palsu atau hoax, pengungkapan kasus, himbauan kepada masyarakat serta menyampaikan klarifikasi berita hoax melalui grup yang berada di media sosial guna memperluas informasi.

Penyampaian informasi yang dilakukan oleh CPR Humas Polda Jawa Timur kepada masyarakat ini juga dilakukan *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur untuk terbentuknya kesan posif dari masyarakat.

f. Membentuk Citra Instansi Melalui Klarifikasi Berita dan Keberhasilan Polisi

Bidang Humas Polda Jawa Timur menggunakan *cyber* PR tidak hanya untuk memberikan informasi namun juga untuk meningkatkan citra (*image*), kesan dan opini positif Polri dari masyarakat melalui klarifikasi berita hoax ataupun isu-isu tidak benar yang beredar di

masyarakat. Disamping klarifikasi CPR juga memberikan edukasi dengan memberikan pemahaman mengenai undang-undang yang berlaku tentang bijak dalam sosial media kepada masyarakat agar masyarakat menjadi paham dan terlebih dahulu menyaring berita yang di peroleh dan tidak langsung di sebarkan. Isu-isu yang simpang siur ataupun masih belum terbukti kejelasannyalah yang terkadang membuat beredarnya opini negatif yang disebabkan dari ketidakpahaman. Salah satunya yaitu beredarnya kasus PUNGLI dalam prosedur pembuatan SIM, tugas *cyber public relations* dalam media sosialnya yaitu memberikan edukasi kepada masyarakat terkait tahapan prosedur pembuatan SIM yang benar karna hal tersebut adalah standart untuk memperoleh lisensi berkendara.

Citra dapat terbentuk dari penilaian masyarakat terhadap kinerja Kepolisian selama ini. Opini negatif tentang Kepolisian dapat terjadi salah satunya berasal dari oknum-oknum Kepolisian yang tidak bertanggung jawab seperti pada tahun 2018 terdapat pemberitaan oknum Polisi Polda Jawa Timur yang melakukan praktik pungutan liar (Pungli) dalam rekrutmen calon Bintara polisi wanita (Polwan) yang menyebabkan nama Polda Jawa Timur sempat buruk di masyarakat. Namun melalui CPR pemberitaan tersebut kemudian di klarifikasi dan ditindak lanjuti. Pemberitaan buruk juga pernah melekat pada Polda Jawa Timur yang gagal menyelesaikan 3 kasus korupsi paling menonjol

yang melibatkan pejabat Negara. Melalui media sosial dan juga websitenya cyber public reltions Humas Polda Jawa Timur meredam pembentukan citra negatif tersebut dengan mengangkat pemberitaan positif yaitu menampilkan keberhasilan dan prestasi-prestasi Polri dalam menangani sebuah kasus seperti saat menangani kasus terjadinya bom di Surabaya, Polisi tanggap dan bertindak cepat menemukan pelaku pengeboman gereja di Surabaya, berhasil mengungkap kasus 11 Polisi Polda Jawa Timur menerima penghargaan dari USA, berhasil menangkap jaringan narkoba. Keberhasilan Polda Jawa Timur juga didukung dengan *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur yang berhasil menangkap 500 akun dan mempidanakan pemilik akun tersebut yang didalamnya termasuk akun-akun yang menyebarkan pemberitaan hoax dan akun-akun profokatif. Keberhasilan dan juga prestasi seperti ini meningkatkan citra yang terbentuk di masyarakat terhadap Polda Jawa Timur.

g. Pengawan media online

Media online kini banyak digunakan oleh masyarakat, selain untuk berniaga, mengupdate berita-berita dan mencari informasi media online yang kerap disalah gunakan dan tentu akan dapat mengganggu ketertiban dan keamanan masyarakat. Maka dari itu Polri dituntut untuk mengikuti

perkembangan zaman melalui cyber untuk memelihara dan menjaga keamanan.

Cyber public relations Bidang Humas Polda Jawa timur mengontrol dan mengawasi media online seperti Facebook, tweeter, youtobe dan Instagram melalui patroli yang dilakukan oleh bagian Cyber Patrol Humas Polda Jawa Timur untuk memberantas berita hoax dan akun-akun yang bersifat profokatif, dengan pengawasan dan pelaksanaan yang dilakukan kurang lebih selama 1x24 jam. Pengawasan tersebut terkait berita hoax yang tersebar di media maya dan juga klarifikasinya. Selain itu juga diberikan himbauan dan edukasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih memahami tentang pasal-pasal serta dasar hukum menggunakan media sosial. Melalui media sosialnya CPR Humas Polda Jawa Timur melakukan penelusuran akun untuk penyelidikan dengan mengumpulkan barang bukti dan saksi karena saat ini banyak yang mengaku media namun bukan media jadi oknum ini hanya asal membagikan link-link yang belum terbukti kebenaranya. Untuk website tribratanewsjatim.com melakukan pengawasanya dibantu dari masingmasing satuan Polres di Jawa timur yang mengirimkan berita kepada PR Humas Polda Jawa Timur untuk kemudian dilakukan pengeditan naskah lalu di unggah pada website. Namun website tribratanewsjatim.com lebih untuk mengunggah berita dari kumpulan kejadian menonjol seperti

curanmor, kriminal, penangkapan tersangka dari berbagai wilayah di Jawa timur dan juga press release.

Dalam hal ini *cyber public relations* sebagai penghubung antara Polda Jawa Timur kepada publiknya selain memberikan informasi juga melakukan pengawasan media *cyber* yang dapat meningkatkan citra Polda Jawa Timur.

2. Hambatan yang dialami dalam Pelaksanaan *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur

Dalam pelaksanaanya tentu terdapat banyak hambatan yang dihadapi oleh praktisi PR begitu juga dengan *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur yang memiliki kendala dalam proses pelaksanaannya, yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya Sumber Daya Manusia

Sebuah organisasi atau instanansi membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional untuk dapat menunjang instansi menjadi instansi yang bagus.

Adapun hambatan atau kendala yang dialami Humas Polda Jawa Timur dalam Pelaksanaan *cyber public relations* yaitu keterbatasan personil yang mengelola *cyber public relations* khususnya dalam media sosial, kurangnya Sumber Daya Manusia menjadi pemicu kinerja yang kurang maksimal. Upaya Humas Polda Jawa Timur ialah meminta untuk penambahan personil yang lebih profesiaonal dan berkualitas. Untuk saat

ini *cyber public relations* Polda Jawa Timur mengatasinya dengan jumlah personil yang sudah ada dituntut untuk bekerja secara lebih maksimal.

2. Peralatan Kurang Memadai

Peralatan merupakan alat-alat atau perlengkapan yang dipakai dalam kantor guna memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu pekerjaan. Dalam pelaksanaan cyber public relations Humas Polda Jawa Timur memiliki kendala salah satunya karena peralatan yang kurang memadai dan dipicu oleh peralatan yang kurang canggih. Pada website tribratanewsjatim.com yaitu terkait permasalahan komputer dan juga terkadang terjadinya pembobolan pada situs website. Hambatan lain juga diungkapkan oleh Bripda Ice mengenai prasarana yang kurang memadai di website tribratanewsjatim.com yaitu belum tersedianya kolom komentar dan saran bagi masyarakat namun hal ini diminimalisir dengan lebih kreatif dalam penulisan berita agar menarik minat pembaca. Hambatan yang sering muncul dalam proses implementasi CPR pada media sosial adalah kuota internet yang habis. Karena cyber public relations Humas Polda Jawa Timur melalui media sosial ditugaskan untuk memantau media sosil dan dituntut untuk bekerja 24 jam meskipun sudah tidak berada di kantor.

3. Kurang Koordinasi

Pentingnya koordinasi dalam sebuah organisasi untuk mengusahakan terjadinya keselarasan dan keseimbangan antara pekerjaan yang dilaukan oleh seseorang dengan lainnya dalam organisasi tersebut. Humas Polda Jawa Timur mengalami kendala dalam sistem koordinasi yang dilakukan oleh masing-masing Polres satuan wilayah dengan anggota CPR Humas Polda Jawa Timur disebabkan karena keterlambatan pengiriman berita yang seharusnya harus memposting berita terbaru dalam tribratanewsjatim.com, keterlambatan website namun informasi berita disad<mark>ari ka</mark>rena terbenturnya waku dan padatnya kegiatan dari masing-masing Polres di satuan wilayah Jawa Timur.

B. Konfirmasi Hasil Temuan dengan Teori

Untuk memahami bagaimana implementasi *cyber public relations* dalam meningkatkan citra dan apa saja hambatan yang dialaminya, bab ini akan menyajikan rangkaian pembahasan berdasarkan teori Sistem dan teori *Impression Management*. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

Dalam perspektif teori sistem yang diciptakan oleh James Grunig, menjalin hubungan sosial yang baik merupakan hasil (output) dari suatu interaksi sosial, yaitu interaksi antara organisasi dan publiknya. Organisasi merupakam suatu sistem yang di dalamnya terdapat hubungan (interaksi) antar bagian atau komponennya. Prinsip pokok yang berlaku yaitu organisasi merupakan salah satu bagian (subsistem) dari suatu sistem sosial yang lebih

kompleks, karenanya saling berhubungan, saling tergantung dan mempengaruhi satu sama lainnya.⁸¹ Teori sistem berfokus pada aktivitas public relations yang membantu manajemen dalam mengelola komunikasi untuk mendukung interaksi antara organisasi dengan publiknya. Hal ini diterapkan oleh Humas Polda Jawa Timur sebagai penyalur informasi antara instansi Kepolisan dengan publinya, Humas Polda Jawa Timur terus berinovasi dalam sistem pelayanannya, selain memberikan pelayanan tatap maka Humas Polda Jawa Timur lewat cyber public relations memberikan pelayanan online melalui website dan media sosialnya untuk mempermudah dan mempercepat penyampaian informasi (aspirasi) dan menjalin komunikasi dengan publiknya sebagai bagian dari suatu sistem.

Komunikasi yang dilakukan *cyber public relations* merupakan darah bagi langgengnya hubungan dan kerjasama dalam suatu sistem yang saling mempengaruhi. Komunikai menghubungkan semua elemen dalam bentuk koordinasi dan terjalin kerja sama yang akan menjaga stabilitas sistem. Teori sistem menganggap bahwa aktivitas organisasi mengakibatkan konsekuensi (dampak) bagi publikya. Sebaliknya, tindakan publik sebagai respons terdahap aktivitas organisasi juga menimbulkan konsekuensi tertentu bagi organisasi. Citra dapat terbentuk dari penilaian masyarakat terhadap

_

⁸¹ Rachmad Kriyantono, *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 77

kinerja Kepolisian selama ini. Dalam proses pelaksanaannya cyber PR Polda Jawa Timur telah menjalin hubungan baik dan bekerjasama yang baik dengan berbagai macam pihak untuk menciptakan keamanan dan ketertiban di masyarakat. Institusi pemerintah wajib membagikan informasi kepada publiknya sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang No.14 Tahun 2018, tentang Keterbukaan Informasi publik. Begitu juga Humas Polda Jawa Timur yang harus transparan dalam memberikan informasi kepada publiknya. Cyber public relations Humas Polda Jawa Timur tidak mudah dengan bebas menyampaikan informasi, jika informasi itu menunjukkan prestasi atau kabar lain yang dapat menaikkan citra, CPR Polda Jawa Timur tidak canggung untuk mengungkapkannya kepada publik. Namun jika pesan yang akan dipublikasikan ialah berita buruk, maka akan terlebih dahulu dikemas serapih mungkin untuk memastikan bahwa berita tersebut layak untuk disebarkan kepada publik. Pembentukan opini positif dari masyarakat melalui media sosial dan website yang dimiliki Humas Polda Jawa Timur yang memberikan informasi dan berita, masyarakat memberikan respon yang baik terlihat dari pertanyaan-pertanyaan yang masuk pada media sosial Humas Polda Jawa Timur yang kemudian di tanggapi oleh admin media sosial secara langsung. Dan sebaliknya jika terdapat opini negatif dari masyarakat, CPR Polda Jawa Timur dengan cepat memberikan klarifikasi guna memberikan pelayanan yang lebih optimal.

Public relations pada dasarnya ialah fungsi komunikasi dari manajemen agar organisasi mengadaptasi, mengubah, atau menjaga lingkungannya agar tetap selaras dengan tujuan dan dapat mencapai tujuan organisasi. Berdasarkan teori sistem terdapat dua sistem komunikasi dalam organisai, yaitu sistem komunikasi internal dan sistem komunikasi eksternal. Dalam sistem komunikasi internalnya praktisi PR Polda Jawa Timur berkoordinasi dan bekerjasama dengan baik dari masing-masing anggota untuk mencapai tujuan. Hal ini terlihat dari pembagian tugas yang terkoordinasi dari setiap anggotanya dan menjalankan tugas secara maksimal. Namun koordinasi masih belum maksimal antara masing-masing Polres satuan wilayah dengan anggota CPR Humas Polda Jawa Timur disebabkan karena keterlambatan pengiriman berita. Begitu juga dalam komunikasi eksternal, sehubung dengan tugas Polri yaitu mengayomi, melindungi dan melayani masyarakat, polri dituntut untuk dekat dengan masyarakat. Proses cyber public relations Humas Polda Jawa Timur membuka komunikasi dua arah dan menciptakan pemahaman bersama. Informasi pada sosial media berjalan secara interaktif, yang mampu menghasilkan umpan balik untuk membentuk persepsi yang sama terhadap yang didiskusikan, serta mengurangi ketidakpastian terhadap suatu persoalan.

Sebagai suatu sistem, organisasi memiliki karakteristik yang dimiliki setiap sistem sosial, dalam temuan peneliti *cyber public relations*

Humas Polda Jawa Timur masuk dalam karateristik pertukaran dengan lingkungan dan keseimbangan.

1. Pertukaran dengan lingkungan (interchange with the environment)

Sistem berinteraksi dengan lingkungannya. Setiap sistem dapat mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungannya. Interaksi seperti ini terlihat pada website dan sosial media Humas Polda Jawa Timur yang memberikan informasi, klarifikasi dan edukasi kepada publiknya, publik juga dapat memberikan laporan atau aduan, dari laporan dan aduan tersebut jika meresahkan masyarakat akan ditindak lanjuti oleh CPR Polda Jawa Timur.

2. Keseimbangan (balance)

Sistem harus seimbang agar tetap hidup. Keseimbangan akan mudah diperoleh jika suatu sistem berfungsi dengan baik (ekuilibrium). Kondisi ekulibrium bagi organisasi berarti setiap staf pada organisasi melaksanakan tugas dan fungsinya dengan baik untuk mendukung eksistensi organisasi secara keseluruhan. Sistem harus mendeteksi juga terjadi gangguan atau kerusakan. Praktisi PR Polda Jawa Timur berkoordinasi dan bekerjasama dengan baik dari masing-masing anggota untuk mencapai tujuan. Hal ini terlihat dari pembagian tugas yang terkoordinasi

dari setiap anggotanya dan menjalankan tugas secara maksimal.⁸²

Teori sistem melalui fungsi *boundary spanning* yang dilakukan *cyber public* relations mencakup:⁸³

- Menjelaskan informasi tentang organisasi kepada publiknya. Kemudian informasi dari publik tersebut diseleksi, diterima, dan disampaikan kepada organisasi. Melalui website dan media sosialnya Humas Polda Jawa Timur memberikan informasi berupa berita, klarifikasi dan edukasi kepada publiknya, publik juga dapat memberikan tanggapan, aduan dan laporannya.
- 2. Memonitor lingkungannya sehingga mengetahui apa yang terjadi dan menginterpretasi isu-isu yang potensial memengaruhi aktivitas organisasi dan membantu memanajemen isu-isu yang memengaruhi aktivitas organisasi. Cyber public relations bertindak sebagai mitra manajemen untuk mengidentifikasi dan memecahkkan permasalahan yang mungkin muncul. Cyber public relations Polda Jawa Timur melakukan pengawasan dan penyelidikan isu-isu hoax yang beredar di masyarakat yang tersebar melalui media sosial dan juga membasmi akun-akun yang melakukan aksi profokatif untuk terjaganya keamanan dan ketertiban masyarakat. Jika

⁸² Rachmad Kriyantono, *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 80

_

⁸³ *Ibid*, Hlm. 87-88

terdapat kesan buruk atau negatif tentang Kepolisian tugas CPR Polda Jawa Timur ialah memberikan klarifikasi dan mengangkat keberhasilan polisi dalam menangani kasus.

3. Cyber public relations merupakan seorang fasilitator komunikasi. Membangun sistem komunikasi dua arah dengan publiknya. Humas Polda Jawa Timur menerapkan komunikasi dua arah dalam media sosial yang dimiliki dengan memberikan pelayanan online kepada publik serta memberikan peluang bagi publik untuk memberikan tanggapan, aduan ataupun laporan.

Temuan peneliti lainnya diperoleh hasi bahwa dalam kegiatan cyber public relations yang dilakukan menggunakan media sosial dan website mengacu pada teori *Impression Management* yang diciptakan oleh Goffman.

Teori *Impression Management* menjelaskan aktivitas organisasi dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Strategi organisasi adalah untuk mempresentasikan dirinya selama interaksi dengan pihak lain dengan menggunakan atribut atau simbol tertentu dalam strategi presentasinya agar pihak lain mengenal atau memperlakukan organisasi itu seperti atribut atau simbol yang digunakan untuk presentasi diri. Dalam konteks inilah *public*

relations dituntut mengelola media komunikasinya untuk memberitahukan wajah perusahaan kepada publiknya agar menimbulkan kesan positif. ⁸⁴

Segala simbol seperti seragam Kepolisian, website, sosial media digunakan untuk presentasi diri Humas Polda Jawa Timur agar mendapat kesan positif dari masyarakat. Mengelola media komunikasinya merupakan bagian dari peran cyber *public relations* Humas Polda Jawa Timur untuk menerapkan strategi rekayasa komunikasi. Kemasan yang menarik dapat mempengaruhi bagaimana penerimaan pesan oleh publik. Seperti yang dilakukan oleh CPR Humas Polda Jawa Timur melalui konten-konten yang menarik seperti informasi ringan mengenai Kepolisian, meme yang berisi himbauan dan video yang dikemas menarik dengan mengikuti perkembangan zaman. Website tribratanewsjatim.com lebih memfokuskan pada tata cara penulisan berita yang dimuat dengan menampilkan ciri khas Kepolisian serta pembeda antara website tribratanewsjatim.com dengan media online lainnya. Pesan tersebut dapat menaikkan citra positif Polda Jawa Timur.

Johansshon (2007) mengemukakan bahwa teori *impression* mangement banyak dikaitkan dengan situasi kritis. Krisis mempunyai dua peluang bagi organisasi yaitu sebagai entry point untuk meningkatkan citra atau sebagai entry point kehilangan citra. Organisasi dituntut untuk untuk melakukan manajemen krisis dengan baik, sehingga dapat meningkatkan citra.

-

⁸⁴ Rachmad Kriyantono, *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 222

Dalam melaksanakan peran manajerial, *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur bertindak sebagai seorang ahli yang mampu mendefinisikan masalah, mengusulkan berbagai alternatif pemecahan masalah, dan melaksanakan pemecahan masalah. *Cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur menjadi mediator dan fasilitator yang menyediakan saluran komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi dan publiknya, sehingga memperoleh kesan yang positif dari masyarakat.

Untuk menjelaskan perilaku organisasi dalam mempresentasikan dirinya untuk mempengaruhi impresi publiknya. Menurut Edward Jones, terdapat lima kategori atau tipologi strategi presentasi diri yang biasa dilakukan individu berdasarkan atribut yang digunakan, yaitu:85

1. Strategi ingratiation (menyenangkan orang lain)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsikan sebagai pihak yang menyenangkan atau ramah. Strategi ini diwujudkan dengan menampilkan emosi-emosi positif selama interaksi dengan publik.

2. Strategi self-promotion (promosi diri)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin diimpresikan sebagai organisasi yang berkompeten. Strategi ini diwujudkan dengan menampilkan prestasi yang dicapai organisasi, hal-hal baik yang telah dilakukan organisasi

⁸⁵ *Ibid.* hlm. 222-223

terhadap publiknya, dan menampilkan berbagai penghargaan yang diperoleh organisasi atas prestasinya.

3. Strategi exemplification (sebagai contoh)

Biasanya digunakan oleh organisai yang ingin diimpresikan sebagai organisasi yang layak dijadikan contoh atau model bagi organisasi lainnya. Strategi ini terwujud dari beberapa tindakan, seperti mendemonstrasikan kemampuan, kelebihan, integritas, dan nilai-ilai organisasi.

4. *Strategi supplication* (self-handicapping)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsi sebagai organisasi yang memiliki keterbatasan dalam membantu publik. Organisasi diimpresikan sebagai pihak yang lemah sekaligus yang menjadi korban dari krisis yang terjadi.

5. Strategi intimidation

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsikan sebagai organisasi yang kuat dan mampu mengontrol situasi. Diwujudkan dengan menampilkan aribut atau simbol yang mempresentasikan kemarahan atau keinginan untuk menghukum pihak lain yang menyebabkan kerugian.

Dalam temuannya, cyber public relations Humas Polda Jawa Timur menerapkan Strategi ingratiation (menyenangkan orang lain) Humas Polda Jawa Timur ingin menampilkan sisi lain dari Polisi yaitu menampilkan sisi humanis Polisi dan lebih dekat dengan masyarakat yang dilakukan CPR dengan publik melalui website dan media sosialnya, Strategi self-promotion (promosi diri) CPR Polda Jawa

Timur memberikan informasi terhadap publik melalui website dan media sosialnya dan juga menampilkan prestasi yang dicapai Kepolisian, Keberhasilan Polda Jawa Timur dalam menangani kasus, dan *Strategi intimidation*, sesuai tugas pokok Polisi yakni mengayomi, melindungi dan melayani masyarakat Polisi harus mampu mengontrol situasi di berbagai wilayah. Untuk mewujudkan keamanan dan ketertiban juga dilakukan oleh *cyber public relations* Polda Jawa Timur melalui media sosialnya diwujudkan dengan melakukan patroli terhadap akun-akun yang menyebarkan isu hoax dan akun-akun yang bersikap profokatif untuk dilakukan penyelidikan dan ditindak lanjuti.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data-data yang telah diperoleh dari berbagai sumber oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa:

- 1. Implementasi *cyber public relations* Humas Polda Jawa Timur dalam meningkatkan citra yaitu:
 - a. Menjalin kerjasama dari berbagai stakeholder, cyber PR Polda Jawa Timur lebih banyak menjalin hubungan baik dan bekerjasama yang baik dengan berbagai pihak (internal relations) maupun hubungan keluar (eksternal relations) untuk meningkatkan kerjasama dan mendapat dukungan dari masyarakat.
 - b. Menggunakan Media Mainstream, *cyber public relations* menyampaikan informasi dan berkomunikasi kepada publiknya melalui media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat.
 - c. Kreatif dalam membuat konten-konten di setiap media online, *cyber public* relations Humas Polda Jawa Timur melalui media sosial membuat konten-konten yang menarik yang berisi informasi ringan mengenai Kepolisian, meme yang berisi himbauan dan video.

- d. Komunikasi dilakukan dua arah, membentuk komunikasi dua arah antara instansi dengan publiknya yang didapatkan secara langsung feedbacknya menggunakan media online.
- e. Memberikan informasi kepada publik, dengan menyuguhkan informasi seputar Kepolisian, menyampaikan press release, tugas pokok Kepolisian, aturan-aturan, persyaratan-persyarakat pelayanan di Polda Jawa Timur serta himbauan kepada masyarakat.
- f. Membentuk Citra Instansi Melalui Klarifikasi Berita dan Keberhasilan Polisi, menekan pemberitaan negatif dengan menyuguhkan pemberitaan positif tentang kinerja Kepolisian, prestasi-prestasi Polisi yang pernah diraih, dan keberhasilan dalam mengungkap kasus.
- g. Pengawan media online, mengontrol media sosial dan memberantas berita hoax, klarifikasi berita hoax, dan edukasi melalui media online.
- Hambatan yang dialami Humas Polda Jawa Timur dalam implementasi cyber public relations terletak pada kurangnya Sumber Daya Manusia, peralatan, kurang memadai, dan kurang koordinasi.

B. Rekommendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat baik secara praktis maupun secara teoritis. Penelitian ini masih sangat jauh dari

- 1. Bagi instansi, diharapkan untuk lebih meningkatkan pelayanan online terhadap masyarakat melalui website Humas Polda Jawa Timur yang belum dilakukan secara optimal.
- 2. Bagi masyarakat, hendaknya tidak mudah percaya atau menerima berita yang belum pasti kebenarannya dan mencari informasi mengenai suatu suatu berita dari sumber terpercaya atau dari instansi terkait.

organisasi tidak hanya pada satu sisi, melainkan dari sumber yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan memastikannya dengan mengkonfirmasi kebenarannya secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Basrowi. 2008. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bernald Katz. 1994. *Komunikasi Bisnis Praktis*. Penerjemah Soeharsono. Jakarta: Binanam Presindo.
- Bob Julius Onggo. 2004. Cyber Publik Relations. Jakarta: Media Komputindo.
- F. Rachmadi. 1992. Publik Relations. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jack Febrian. 2006. Menggunakan Internernet. Jakarta: Informatika.
- Keit Butterick. 2004. *Pengantar Publik Relations*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kustadi Suhadang. 2004. *Publik Relations Perusahaan*. Bandung: Yayasan Nuasa Cendikia.
- Lexi J. Moleong. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mabes Polri. 2005. Grand Strategi Polri 2005-2025.
- M. Linggar. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rachmad Kriyanto. 2014. *Teori-teori Publik Relations Perspektif Barat & Lokal.* Jakarta: Kencana.
- Rosadi Ruslan. 2003. *Manajemen Publik Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sadjiono. 2005. *Perkembangan Organisasi Polri di Era Reformasi*. Yogyakarta: Laksbang Presindo.
- Sadjipto Rahardjo. 2009. *Penegakan Hukum Suatu Peninjauan Sosiologis*. Yogyakarta: Genta Publishing.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Sholeh Soemirat. 2017. *Dasar-dasar Publik Relations*. Bandung: Remaja Berdakarya.

Suryadi. 2007. *Strategi Mengelola Publik Relations Organisasi*. Jakarta: Edsa Mahkota.

Wahdi Bahtiar. 2001. Metode Penelitian Ilmu Dakwah. Jakarta: Logos.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 81 tahun 2010 Tentang Grand Design reformasi Birokrasi 2010-2025.

C. Internet

http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt52c528ca1a7f8/melalui-website--polrijalininteraksi-dengan-publik.

https://winstarlink.com.

http://humaspoldajatim.blogspot.com.

http://jatim.polri.go.id.