

## STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLDA JATIM DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA KEPOLISIAN

**Yasmin Balqis Awwaliyah Purnomo**

Program Studi Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
[yasminbalqis96@gmail.com](mailto:yasminbalqis96@gmail.com);

**Teguh Priyo Sadono**

Program Studi Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[teguhsadono@untag-sby.ac.id](mailto:teguhsadono@untag-sby.ac.id);

### ABSTRACT

Public relations plays an important role in organizations or companies. Especially in government institutions that have the task of serving the community with satisfying services. And to create satisfactory service, namely by improving or optimizing the quality of performance in every part of the Public Relations division. One of the tasks of public relations is to improve the company's image. This study aims to determine the East Java Regional Police Public Relations Communication Strategy in Improving the Image of Police Institutions based on the One Way Communication concept from Harlod Laswell and the four-step Public Relations process concept from Broom, Cultip and Centre. This study uses a qualitative method with a descriptive type which aims to obtain correct and objective data. The techniques used in data collection are documentation, interviews and observation. The object of this research is East Java Regional Police Public Relations. The results of this study are the Public Relations of the East Java Regional Police in communicating with the public using one-way communication. As with the duties and functions of providing information to the public by posting the latest news on activities that have been carried out by the Police. And also providing education to the public in the form of videos that are intended to improve the image of the Police, such as video content for making SKCK, making driver's licenses and other educational videos. In carrying out its communication strategy, East Java Regional Police Public Relations uses four communication strategy processes, namely by defining problems or analyzing problems, making plans and programs, acting and communicating, and evaluating.

**Keywords:** *Communication Strategy, Public Relations, One Way Communication*

### ABSTRAK

Humas sangat berperan penting di dalam lembaga organisasi ataupun perusahaan. Khususnya pada lembaga pemerintahan yang memiliki tugas yaitu melayani masyarakat dengan pelayanan yang memuaskan. Dan untuk menciptakan pelayanan yang memuaskan yaitu dengan meningkatkan atau mengoptimalkan

kualitas kinerja disetiap bagian bidang divisi Humas. Salah satu tugas humas adalah meningkatkan citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim dalam Meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian berdasarkan konsep *One Way Communication* dari Harlod Laswell dan konsep empat langkah proses *Public Relations* dari Broom, Cultip dan Centre. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan data yang benar dan objektif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan dokumentasi, wawancara dan observasi. Objek penelitian ini adalah Humas Polda Jatim. Hasil dari penelitian ini yakni Humas Polda Jatim dalam melakukan komunikasi dengan publiknya menggunakan komunikasi satu arah. Sebagaimana dengan tugas dan fungsinya yaitu memberikan informasi kepada publik dengan memposting berita-berita terbaru kegiatan yang telah dilakukan oleh pihak Kepolisian. Dan juga memberikan edukasi kepada masyarakat dengan bentuk video yang sifatnya untuk meningkatkan citra Kepolisian, seperti konten video pembuatan SKCK, pembuatan SIM dan video edukasi lainnya. Dalam melakukan strategi komunikasinya, Humas Polda Jatim menggunakan empat proses strategi komunikasi yaitu dengan cara mendefinisikan masalah atau menganalisis masalah, membuat rencana dan program, bertindak dan berkomunikasi, dan mengevaluasi.

**Kata kunci:** *Strategi Komunikasi, Humas, Komunikasi Satu Arah*

## A. PENDAHULUAN

Polri bertugas sebagai penunjang negara untuk memberikan perlindungan, pengayoman, pelayanan kepada masyarakat, memelihara keamanan dan ketertiban, serta menegakkan hukum masyarakat. Maka dari itu Polri harus ikut mewujudkan masyarakat madani dengan sikap ideal dan *professional* (M.Gaussyah, 2010). Dari banyaknya pemberitaan negatif yang tersebar di sosial media, tersebut telah membuat citra kepolisian semakin buruk dan menyebabkan masyarakat tidak percaya secara utuh terhadap pihak kepolisian. Karena tindakan dari oknum-oknum polisi yang tidak bertanggung jawab memang sangat berdampak bagi citra kepolisian. Karena pada dasarnya citra Kepolisian dihancurkan dan diciptakan tidak hanya dilakukan oleh seorang Humas saja, tetapi peran perilaku dari seluruh anggota organisasi seperti (pegawai, karyawan dan pimpinan) juga ikut andil dalam pembentukan citra positif (Wicaksana, 2016).

Point penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan dari suatu organisasi adalah citra positif (*good image*). Suatu perusahaan ataupun lembaga bertugas untuk membangun citranya dimata masyarakat luas, agar dapat membentuk rasa kepercayaan yang tinggi di mata publik. Citra dari sebuah lembaga ataupun organisasi dapat diwujudkan dengan cara memberikan informasi secara cepat, jelas dan akurat kepada publiknya. Agar informasi tersebut dapat dipercaya dan mudah dipahami oleh publik atau masyarakat.

Di dalam sebuah organisasi atau perusahaan biasanya tidak selalu memiliki citra yang positif, tentunya ada pasang surutnya yang dipengaruhi oleh krisis opini publik dan berdampak negatif pada citra dari sebuah organisasi. Citra terbentuk

atas dasar pengetahuan dan informasi yang diterima oleh seseorang, citra adalah kesan yang dimiliki seseorang berdasarkan pengetahuan dan pemahamannya tentang fakta atau kenyataan. Artinya citra adalah kesan khalayak berdasarkan pesan yang diterimanya dan media yang digunakan untuk mengirimkan pesan menentukan apakah pesan berhasil diterima atau tidak oleh publik. Media diartikan sebagai perantara, pengirim atau penyalur. Media adalah saluran yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (Romadhan, 2020)

Sesuai dengan kebijakan kepolisian yang memiliki tugas untuk mengayomi dan melindungi masyarakatnya, tetapi akibat stigma yang dimiliki oleh masyarakat terhadap kepolisian itu buruk dan didukung dengan adanya pemberitaan negatif tentang perilaku polisi yang tidak melakukan tugas sesuai kebijakan yang dibuat oleh pihak kepolisian. Membuat pihak kepolisian menjadi kurang dipercayai oleh masyarakatnya. Maka dari itu disitulah tugas humas kepolisian untuk meningkatkan citra polisi yang dinilai kurang baik oleh masyarakat.

Untuk menghindari terjadinya masalah-masalah terkait komunikasi yang dapat menurunkan citra perusahaan, maka menjadi tugas seorang humas untuk menjadi jembatan komunikasi bagi publik dan menciptakan keharmonisan kerja serta membangun citra yang positif. Untuk mengetahui apakah proses kegiatan komunikasi telah berjalan dengan baik dalam mencapai sasaran dan tujuannya di dalam lembaga tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian strategi komunikasi pada Humas Polda Jatim. Apakah proses kegiatan komunikasi telah berjalan dengan baik antara humas internal dan eksternal, dan apakah strategi komunikasi yang dijalankan dapat menciptakan citra positif bagi lembaga Kepolisian. Dengan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian tentang hal-hal di atas dengan mengambil judul: “Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim dalam Meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian”.

## **B. TEORI**

### **Teori Komunikasi Harold Laswell**

Model komunikasi satu arah (*public relations one way model*) merupakan salah satu model komunikasi PR linear. Dalam komunikasi linear, komunikasi dipandang sebagai proses yang berjalan satu arah. Dimana komunikator adalah satu-satunya elemen komunikasi yang mengirimkan pesan kepada komunikan. Rumusan Lasswell menunjuk pada ciri-ciri atau ciri-ciri tertentu pada tahap awal pemodelan komunikasi, kurang lebih diterima oleh komunikan karena komunikator memiliki tujuan untuk mempengaruhi publiknya (*target audience*), sasaran, terutama dengan melakukan proses komunikasi secara persuasif dan pesan yang disampaikan memiliki tujuan dan memiliki efek tertentu, atau kontribusinya kemungkinan berdampak dibesar-besarkan oleh media massa (Ruslan, 2010).

Dalam proses komunikasi, model komunikasi tidak hanya berfokus pada pemahaman makna pesan (*message analysis*), tetapi juga pada semua unsur (elemen), proses, saluran, partisipan, dan difokuskan pada penelitian. Proses

komunikasi dapat diartikan sebagai menyampaikan informasi atau pesan (*messages*) dimana pengirim pesan adalah komunikator dan penerima adalah komunikan. Proses komunikasi bertujuan untuk mencapai saling pengertian antara dua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Selama komunikasi, komunikator mengirimkan pesan/informasi kepada komunikan sebagai sasaran komunikasi (Mardiana et al., 2018).

### **Konsep Strategi Public Relations Broom, Cultip dan Centre**

Strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan agar misi dapat tercapai. Strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang suatu perusahaan seperti yang didefinisikan oleh berdasarkan hasil analisis dan studi situasi yang dilakukan dengan bantuan tindakan spesifik dan persyaratan analisis, mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk melakukan tindakan ini. Strategi hubungan masyarakat adalah bagian dari rencana hubungan masyarakat untuk membentuk persepsi yang menguntungkan untuk menciptakan citra yang positif (Ferdiansyah, 2021). Adapun empat langkah tersebut yaitu, Mendefinisikan masalah atau menganalisis situasi (*Defining the Problem*), Membuat rencana dan program strategi (*Planning and Programming*), Bertindak dan berkomunikasi (*Taking action and communicating*), dan Mengevaluasi program (*Evaluating the program*).

Proses *Public Relations* ini sangat tepat untuk menganalisis strategi komunikasi *Public Relations* Humas Polda Jawa Timur dalam meningkatkan citra lembaga Kepolisian. Karena setiap langkah yang dijalankan sebagai seorang *Public Relations*, yang pertama harus menganalisis situasi yang ada atau mencari fakta. Sebagai seorang *Public Relations* tidak boleh dengan mudah mempercayai tentang berita-berita yang belum jelas sumbernya, dan tidak boleh langsung mengambil keputusan sebelum mencari fakta. Setelah sudah mendapatkan fakta dari hasil analisis situasi, kemudian seorang *Public Relations* perlu merancang sebuah rencana dan program, agar pada saat melakukan tindakan tidak salah langkah atau pun salah bicara. Setelah semua rencana dan program sudah disusun dengan rapih, maka sebagai *Public Relations* melakukan tindakan atas apa yang sudah di rencanakan, dan mempublikasikan atau mengkomunikasikan program yang sudah di rancang sedemikian rupa. Dan langkah yang terakhir seorang *Public Relations* perlu melakukan evaluasi atas apa yang sudah dilakukan, agar dapat mengukur tingkah keberhasilan. Apakah langkah-langkah yang sudah dijalani berhasil atau malah sebaliknya. Hal ini dapat mencerminkan apakah hasil dari strategi yang sudah dilakukan semakin meningkat atau semakin menurun.

## **C. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha dalam mendeskripsikan atau menggambarkan suatu peristiwa maupun fenomena yang terjadi pada saat itu. Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif untuk mendapatkan data yang benar dan objektif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif ini, peneliti akan mendeskripsikan data-data yang

diperoleh mengenai strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam meningkatkan citra Lembaga Kepolisian.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti menggunakan data primer yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah terstruktur bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan informasi strategi komunikasi yang dilakukan Humas Polda Jatim dalam meningkatkan citra Lembaga Kepolisian. Peneliti juga menggunakan data sekunder yaitu didapatkan melalui sebuah pencarian informasi jurnal, buku, dokumentasi dan penelitian serupa yang diakses melalui Google Scholar dan Publish or Perish terkait dengan strategi komunikasi *public relations*. Peneliti juga mengumpulkan data dengan bentuk dokumentasi.

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini peneliti memulai penelitian dengan mengumpulkan informasi yang diperoleh melalui wawancara, setelah itu data-data yang telah diperoleh dipilih untuk disajikan dalam bentuk deskripsi untuk menggambarkan fenomena atau fakta lapangan agar mudah untuk dipahami. Dan langkah selanjutnya, dari uraian-uraian yang telah didapat dari hasil observasi wawancara dan dokumentasi, peneliti dapat dengan mudah memahami data, yang kemudian dianalisis kembali untuk menarik kesimpulan berupa hasil penelitian.

### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Penerapan Teori Komunikasi Satu Arah Harold Lasswell dalam Meningkatkan Citra**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam meningkatkan citra Kepolisian, maka dapat disimpulkan bahwa Humas Polda Jatim dalam melakukan komunikasi dengan publiknya yakni menggunakan komunikasi satu arah. Sebagaimana dengan tugas dan fungsinya yaitu memberikan informasi kepada publik dengan memposting berita-berita terbaru kegiatan yang telah dilakukan oleh pihak Kepolisian. Dan juga memberikan edukasi kepada masyarakat dengan bentuk video yang sifatnya untuk meningkatkan citra Kepolisian, seperti konten video pembuatan SKCK, pembuatan SIM dan video edukasi lainnya. Dalam melakukan strategi komunikasinya, Humas Polda Jatim menggunakan 4 proses strategi komunikasi yaitu dengan cara mendefinisikan masalah atau menganalisis masalah, membuat rencana dan program, bertindak dan berkomunikasi, dan mengevaluasi.

#### **Humas Polda Jatim dalam mendefinisikan masalah atau menganalisis masalah**

Humas Polda Jatim dalam mendefinisikan masalah atau menganalisis masalah yaitu dengan membuat klarifikasi kepada publik dan memposting pemberitaan positif terkait kegiatan yang telah dilakukan oleh pihak Kepolisian yang nantinya diunggah pada website Tribatanews. Bentuk klarifikasi biasanya dengan wawancara oleh pihak Humas, melakukan pres rilis dengan media online dan juga mengunggah video di Instagram dan Youtube. Kedua hal tersebut

dilakukan oleh Humas Polda Jatim untuk meredakan pemberitaan negatif dan untuk meningkatkan citra Kepolisian.

#### **Humas Polda Jatim dalam membuat rencana dan program**

Kedua, Humas Polda Jatim dalam membuat rencana dan program. Humas Polda Jatim memiliki program Kopdar Netizen Jatim dan Deklarasi Anti Hoax BidHumas Polda Jatim, program ini bertujuan untuk menangkal berita-berita hoax yang tersebar di sosial media. Dan program ini dilakukan oleh Humas Polda Jatim untuk meningkatkan citra Kepolisian, dalam meningkatkan citra Kepolisian dibutuhkan kerjasama yang baik antara Humas, media dan masyarakat luas agar tujuan dari Humas dapat tercapai.

#### **Humas Polda Jatim dalam bertindak dan berkomunikasi**

Ketiga, Humas Polda Jatim dalam bertindak dan berkomunikasi. Cara berkomunikasi Humas dibagi menjadi 2 yaitu eksternal dan internal, komunikasi Humas Polda Jatim secara eksternal (masyarakat) menggunakan penyampaian pesan persuasif yang bersifat edukatif. Dimana pesan yang disampaikan dapat mengedukasi masyarakatnya. Dan cara Humas dalam menyampaikan pesan-pesan edukasi kepada masyarakatnya ada 2 cara, yaitu dengan secara langsung seperti mengadakan acara forum resmi (acara seminar) dan juga dengan cara melalui konten video atau foto yang diposting di media sosial Humas Polda Jatim. Sedangkan komunikasi Humas Polda Jatim secara internal yaitu dengan mengadakan Rakernis (Rapat Koordinasi Teknis). Kegiatan ini dilakukan 6 bulan sekali dan bertujuan untuk menjaga tali silaturahmi atau mempererat hubungan komunikasi antara Kasid Humas Polres beserta jajarannya.

#### **Humas Polda Jatim dalam Mengevaluasi**

Keempat, Humas Polda Jatim dalam mengevaluasi. Proses ini meliputi evaluasi hambatan apa saja yang terjadi pada Humas Polda Jatim yaitu adanya keterbatasan dan kekurangan SDM (Sumber Daya Manusia. Maka dari itu tim Humas Polda Jatim membuat pelatihan khusus bagi para bintara muda untuk mengikuti pelatihan peningkatan kemampuan. Calon kandidat dipilih secara selektif agar dapat menjadi seorang PR yang *professional*.

## **E. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Humas Polda Jatim dalam meningkatkan citra Lembaga Kepolisian dengan menggunakan komunikasi satu arah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui sosial media. Dalam melakukan strategi komunikasinya, Humas Polda Jatim melakukan klarifikasi kepada publik dan memposting pemberitaan positif di sosial media dan website Tribratanews. Humas polda jatim membuat program Deklarasi Anti Hoax BidHumas Polda Jatim, untuk menangkal pemberitaan negatif yang tersebar luas di sosial media. Humas Polda Jatim dalam melakukan komunikasi dibagi menjadi dua macam yaitu secara eksternal dan internal. Komunikasi secara eksternal dengan menggunakan penyampaian pesan yang mendidik atau bersifat edukatif dan membuat acara forum resmi (acara seminar). Sedangkan komunikasi secara intenal, Humas Polda Jatim mengadakan Rakernis (Rapat Kerja Teknis) yang dilakukan 1 tahun 2 kali pertemuan. Humas Polda Jatim memiliki hambatan pada sumber daya manusia (SDM) yang terbatas.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti pada strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam meningkatkan citra Kepolisian, maka saran yang dapat disampaikan oleh peneliti yakni:

1. Humas Polda Jatim lebih memperhatikan cara berkomunikasi dengan menerapkan model komunikasi 2 arah dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Karena cara Humas Polda Jatim dalam memberikan informasi kepada masyarakatnya selama ini dengan cara komunikasi satu arah, seharusnya Humas Polda Jatim lebih menerima masukan atau pendapat yang diberikan oleh masyarakat. Tidak hanya memposting atau menyebarkan informasi saja, tetapi alangkah lebih baik jika saran dan kritik dari masyarakat juga diperhatikan atau direspon.
2. Kurangnya informasi-informasi yang lebih penting, seperti informasi bagaimana tahap melaporkan kehilangan barang, pencurian, pemakaian aplikasi Etle (*Electronic traffic law enforcement*) dan lain sebagainya. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini diharapkan penyampaian informasi lebih jelas dan juga menarik agar masyarakat dapat lebih paham ketika mereka membaca informasi yang diberikan oleh tim Humas Polda Jatim.

Seharusnya secara teoritis Humas Polda Jatim sudah menjalankan aktifitas strategi komunikasi Humas dengan baik, tetapi cara implementasinya kurang baik. Ada kesenjangan pada cara implementasi teori yang digunakan. Seperti contoh perilaku polisi melakukan tindak kejahatan seperti pemerkosaan, penganiayaan, dan pesta narkoba yang masih terjadi. Jadi apabila teori-teori yang dilakukan sudah baik, namun masih ada oknum polisi yang masih melakukan tindak kejahatan tersebut. Maka hal tersebut dapat berdampak bagi citra lembaga Kepolisian. Peneliti berharap penelitian ini dapat diteliti lebih lanjut lagi, karena ada kemungkinan apabila polisi masih melakukan tindak kejahatan, maka citra Kepolisian tidak akan pernah membaik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ferdiansyah, M. A. (2021). Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Menjaga Citra Perusahaan (Kasus Public Relations Pt Marga Harjaya Infrastruktur Jombang). *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- M.Gaussyah. (2010). *Peranan dan Fungsi Polda NAD Bidang Kamtibmas dalam Kerangka Otonomi Daerah*. 51, 367–394.
- Mardiana, W., Hamim, H., & Widiyanto, K. (2018). Strategi Komunikasi Public Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur Untuk Meningkatkan Citra Di Mata Publik. *Representamen*,
- Romadhan, M. I. (2020). MEMBANGUN CITRA BUDAYA MASYARAKAT SUMENEP MELALUI FESTIVAL MUSIK TONG-TONG | Romadhan | Metacommunication; Journal of Communication Studies. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*.
- Ruslan, R. (2010). *Manajenen Public Relations & Media Komunikasi*.
- Wicaksana, A. (2016). Perencanaan Komunikasi Humas Polda Riau dalam Meningkatkan Citra Positif Kepolisian.