SKRIPSI

STRATEGI HUMAS POLRES MAROS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF

MAGFIRA RUSLI
1810121061

PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU- ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2024

SKRIPSI

STRATEGI HUMAS POLRES MAROS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Ilmu Komunikasi

MAGFIRA RUSLI
1810121061

PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU- ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2024

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI HUMAS POLRES MAROS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF

Disusun dan diajukan oleh

MAGFIRA RUSLI
1810121061

Telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan
Makassar, 07 Maret 2024

Pembimbing

Drs. Ibnu Qayyim Na'iem, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar

Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom.

SKRIPSI

STRATEGI HUMAS POLRES MAROS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF

disusun dan diajukan oleh

Magfira Rusli

1810121061

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **Kamis, 7 Maret 2024** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
TIM PENGUJI

No.	Nama Dosen	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Drs. Ibnu Qayyim Na'iem, M.Si	Ketua	1.
	Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom	Anggota	2.
3.	Abdul Jalil, S.Ksi., M.I.Kom	Anggota	3.
4.	Amalia Zul Hilmi, S.Sos., M.I.K	Anggota	4.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar

Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Magfira Rusli

NIM : 1810121061

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **Strategi Humas Polres Maros Dalam Mempertahankan Citra Positif** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukanoleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah, ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan dproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20Tahun 2003, pasal 25 ayat 2dan pasal 70).

Makassar, 2 Mei 20024

Yang membuat pernyataan,

Magfira Rusli

PRAKATA

Alhamdulillahi rabbil"alamin, Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul **"STRATEGI HUMAS POLRES MAROS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF''** sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana S1 Universitas Fajar Makassar.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan dan saran yang membangun sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik. Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas nikmat kesehatan dan kesabaran yang dilimpahkan , Terima kasih banyak kepada **Bapak Rusli** dan **Ibu Salma Djuhaefa** selaku kedua orangtua penulis yang tak henti memanjatkan doa dan dukungan nya, kepada dosen pembimbing **Bapak Ibnu Qayyim Na'iem, M.Si** terimakasih banyak atas waktu ,kesempatan dan dukungannya selama pembuatan skripsi ini.

Dengan selesainya proposal skripsi ini tentu dalam pembuatannya tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Banyak hal penulis dapatkan, mulai dari pengetahuan hingga pengalaman yang begitu berharga. Maka dari itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Muliyadi Hamid, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Fajar
2. Ibu Dr. Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial Universitas Fajar
3. Ibu Soraya Firdausy, S.I.Kom, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

4. Adek Inna dan kakak Danti serta keluarga yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis
5. Suami saya Angga Rizky Pratama yang selalu membantu dan memberi saran kepada penulis
6. Teman-teman seperjuangan yang mendukung Intan, kak Rihlah, kak Fatri,Alli,Vika yang membantu dan menambah wawasan penulis dalam mengerjakan skripsi
7. Teman teman saya yang ada di Sorong yang selalu memberi semangat

Penulis menyadari bahwa s k r i p s i ini masih jauh dari sempurna dan masih perlu perbaikan maka dari itu penulis membutuhkan saran dan kritik yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik kedepannya dan penulis berharap skripsi ini dapat menambah wawasan bagi penulis dan pembacanya.

Makassar, 12 Februari 2024

Magfira Rusli

ABSTRAK

STRATEGI HUMAS POLRES MAROS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF

Magfira Rusli

Ibnu Qayyim Na"iem

Penelitian ini menganalisis tentang strategi Humas Polres Maros dalam mempertahankan citra positif. Pada penelitian ini penulis berfokus pada strategi Humas Polres Maros karena permasalahan yang melatar belakanginya adalah citra polisi berita berita yang tersebar di masyarakat melalui media sosial dan lain-lain serta apa saja hambatan humas polres maros dalam mempertahankan citra positif. Dan yang menjadi salah satu usahanya untuk mempertahankan citra positif dan mengembalikan kepercayaan masyarakat yaitu dalam teori Restorasi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi humas polres maros dalam mempertahankan citra positif dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder yaitu dengan melakukan wawancara secara langsung dengan 4 jabatan yang ada di divisi humas serta dokumentasi. Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi, didapatkan 4 strategi humas polres maros dalam mempertahankan citra positif yaitu Kerjasama media massa, membuat berita melalui media online, penyebaran informasi melalui media sosial, kegiatan sosisal polres maros. Serta hambatan yang terjadi pada humas polres maros dalam mempertahankan citra positif yaitu kurang nya personil humas polres maros, kurangnya sarana dan prasarana humas , Tidak semua orang menggunakan Android dan mengakses internet dan berita hoax yang terus bermunculan.

Kata kunci: Strategi Humas, Polres Maros, Citra Polisi

ABSTRACT

MAROS POLRES PR POLICE STRATEGY IN MAINTAINING THE IMAGE OF THE POLICE

Magfira Rusli

Ibnu Qayyim Na'iem

This research analyzes the Maros Police Public Relations strategy in maintaining a positive image. In this research, the author focuses on the Public Relations strategy of the Maros Police because the underlying problem is the image of the police, news that is spread in society through social media and others and what are the obstacles to the public relations of the Maros Police in maintaining a positive image. And one of his efforts to maintain a positive image and restore public trust is the Restoration theory.

The aim of this research is to determine the public relations strategy of the Maros Police in maintaining a positive image using descriptive qualitative methods. The data used is primary data and secondary data, namely by conducting direct interviews with 4 positions in the public relations and documentation division. Based on the results of interviews and documentation, four public relations strategies for the Maros Police were obtained in maintaining a positive image, namely mass media collaboration, creating news through online media, disseminating information through social media, and social activities at the Maros Police. As well as the obstacles that occur in Maros Police Public Relations in maintaining a positive image, namely the lack of Maros Police Public Relations personnel, lack of public relations facilities and infrastructure, not everyone uses Android and accesses the internet and hoax news continues to emerge.

***Keywords**: Public Relations Strategy, Maros Police, Police Image*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ..... **v**
PRAKATA ..... **vi**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACK ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat penelitian 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1 Komunikasi 10
2.1.1 Strategi 11
2.1.2 Tujuan Strategi 12
2.2 Pengertian Komunikasi Publik 16
2.2.1 Fungsi Komunikasi Publik 16
2.2.2 Teori Komunikasi Publik 16
2.2.3 Media Massa dalam Komunikasi Publik 16
2.2.4 Komunikasi Krisis 17
2.2.5 Evaluasi Komunikasi Publik 17
2.2.6 Peran Profesional Komunikasi Publik 17
2.3 Pengertian Humas 18
2.3.1 Peran Humas 18
2.3.2 Fungsi Humas 24
2.3.3 Tugas Humas 25
2.4 Humas Polri 25
2.5 Teori Image Restoration 26

2.6 Kepolisian 30
2.6.1 Tugas Polisi..... 31
2.6.2 Wewenang Polisi..... 32
2.7 Pengertian Citra..... 34
2.7.1 Jenis – jenis Citra 35
2.7.2 Proses Pembentukan Citra 39
2.8 Citra Polri 41
2.9 Tinjauan Empirik 38
2.10 Kerangka Pikir 47
2.11 Defenisi Operasional 48
BAB III METODE PENELITIAN 52
3.1 Rancangan Penelitian 52
3.2 Kehadiran Peneliti 53
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 53
3.4 Sumber Data 53
3.5 Teknik Pengumpulan Data..... 55
3.6 Teknik Analisis Data..... 56
3.7 Pengecekan Validitas Data 57
3.8 Tahap-Tahap Penelitian 59
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN..... 60
4.1 Gambaran umum Humas Polres Maros..... 60
4.1.1 Visi dan Misi Humas Polres Maros…..... 60
4.1.2 Logo Humas Polres Maros…..... 61
4.1.3 Tugas Divisi Humas Polres Maros… 64
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian..... 64
4.2.1 Kerja sama Media Massa..... 65
4.2.2 Membuat Berita melalui Media Online 66
4.2.3 Penyebaran Informasi melalui Media Sosial 67
4.2.4 Kegiatan Sosial Polres Maros 69
4.3 Hambatan Humas Polres Maros Dalam Menjaga Citra Polisi..... 67
BAB V PENUTUP 79
5.1 Kesimpulan 79
5.2 Saran 79
DAFTAR PUSTAKA 80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.6 Daftar Tinjauan Empirik 46
Tabel 3.4 Daftar Nama Informan 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kepolisian Maros mengunjungi rumah warga dalam rangka memberikan bantuan 6
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran 47
Gambar 4.1.2 Logo Humas Polri 61
Gambar 4.2.2 Membuat Berita Melalui Media Massa 67
Gambar 4.2.3 Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial 68
Gambar 4.2.4 (A) Kegiatan Jumat Curhat 70
Gambar 4.2.4 (B) Kegiatan Paduka 71
Gambar 4.2.4 (C) Kegiatan Mabbarakka 72
Gambar 4.2.4 (D) Kegiatan Pammase 73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting pada kehidupan kita baik pada menciptakan interaksi sosial juga interaksi interpersonal. Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* (Effendy, 2005: 10), mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: "*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*" atau "Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya.

Proses komunikasi pada hakikatnya merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seorang komunikator (penyampai pesan) pada seorang komunikan (penerima pesan). Pikiran bisa berupa gagasan,informasi dan juga opini. Sedangkan perasaan dapat berbentuk kemarahan keyakinan keragu-raguan kepastian kekhawatiran dan juga keberanian. Komunikasi merupakan cara kita " mengatakannya"". Komunikasi mempunyai definisi lebih luas daripada sekedar apa yang selama ini kita lafalkan.

Komunikasi adalah transmisi informasi yang didapatkan oleh pengiriman stimulus berdasarkan suatu sumber yang di respon penerima,komunikasi dapat diartikan juga menjadi pertukaran ide-ide. Dari banyak sekali definisi diatas dapat kita cerna bahwa proses komunikasi merupakan proses dimana seorang komunikator membicarakan pesan kemudian diterima oleh komunikan. Untuk dapat berkomunikasi dengan baik dan efektif, kita dituntut untuk tidak hanya memahami prosesnya, tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif. Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi bersifat dua arah yaitu dimana makna yang distimulasikan sama atau serupa dengan yang

dimaksudkan oleh komunikator atau pengirim pesan.

Komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna di dalam sesuatu yang dipercakapkan atau disampaikan. Kesamaan makna dalam hal ini adalah kesamaan bahasa yang dipakai dalam penggunaan suatu kalimat atau kata yang disampaikan dalam suatu bhasa tertentu. Meski demikian, hal tersebut belum menjamin terjadinya kesamaan makna bagi orang lain yang disebabkan karena kesalahan pengertian dari makna yang terkandung dalam bahasa tersebut. Apabila kedua orang yang berbahasa dan bermakna sama di dalam suatu pengertian maka disebut komunikatif.

Menurut SK Bonar Hubungan masyarakat (Humas) adalah menjalankan usaha-usaha untuk mencapai hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat sekelilingnya (Suprawoto,2018

:41). Cutlip (2005) mendefinisikan humas merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat, yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya (Suprawoto,2018:43).

Humas dapat didefinisikan adalah seorang atau sekelompok orang yang bekerja sebagai ujung tombak dalam pelayanan komunikasi dan penyampaian informasi kepada stakeholder. Stakeholder disini masyarakat umum, instansi pemerintah,korporasi dan media. Selain itu, humas menjalankan komunikasi ke dalam dan juga ke luar. Sehingga pelayanan dan informasi mengenai program dan kebijakan dapat diterima oleh stakeholder.

Seringkali humas menjadi sasaran pertanyaan media massa maupun internal organisasi baik itu pemerintah maupun badan usaha terkait adanya sebuah permasalahan (isu) yang menjadi perhatian masyarakat. Peran Humas disini menjadi penting manakala terjadi krisis yang mengakibatkan perlunya keterangan

yang jelas. Salah satu instansi pemerintah yang berperan penting dan membutuhkan Humas adalah Polri karena tugas dari polri tersebut berhubungan langsung dengan masyarakat yaitu melindungi, melayani, mengayomi selaku penegak hukum.

Sebab polisi sebagai suatu lembaga Negara yang terstruktur dengan baik mulai dari tingkat polri sampai kebawah ditingkat Polsek dan babinmas, tidak pernah terlepas dari tugas utamanya, yakni menjaga, melindungi, mengayomi, namun mengapa polisi saat ini terkesan "kehilangan marwahnya" Tentu ada Ikhwal yang menjadi catatan, terkait dengan hal tersebut, dalam artian bahwa munculnya hastag #percumalaporpolisi yang menjadi trending topik tersebut, tentu tidak lepas dari perilaku oknum yang tidak menjalankan tugasnya sesuai aturan dan prosedur. Apa yang salah dengan tugas pokok, fungsi, dari seorang polisi ini, sehingga seruan #percumalaporpolisi dibeberapa platform media sedang ramai diperbincangkan?

Sebagai pelindung dan pengayom masyarakat, benarkah polisi sudah melakukan tugasnya dengan baik? Pertanyaan mendasar tersebut disamping sebagai auto-kritik untuk berbenah, juga menjadi problem yang harus dituntaskan dengan baik. Yang sedang hangat menjadi perbincangan saat ini,.dikala polisi tembak polisi yang disebut dengan Batara E, pada intinya memilki pangkat di bawah Brigadir, namun problem tersebut tidak kunjung usai, bahkan para.pihak meminta untuk melakukan outopsi ulang atas kasus tersebut. Disamping itu pula diberbagai daerah, tentu saja banyak hal yang dilakukan oleh oknum polisi yang bertindak tidak sesuai prosedur dan aturan, semisal adanya pungli yang kerap dilakukan di instansi kepolisian, hingga memunculkan ketidak percayaan masyarakat.

Ditengah hujan kritik yang sedang viral saat ini, tentu Instansi kepolisian harus

berbenah diri dan mengevaluasi diri sebagai pelindung, pengayom, dan penjaga ketertiban ditengah masyarakat sipil.Jabatan seorang polisi hanya berbeda di seragam saja, yang lainnya sama, sebab mereka juga manusia yang memiliki banyak kebutuhan secara variatif. Namun ada banyak problem ditengah masyarakat kita, yang terkadang polisi bertindak sewenang-wenang, sehingga memunculkan persoalan baru ditengah masyarakat.

Munculnya hastag #percumalaporpolisi yang menyebabkan instansi polisi terkesan “kehilangan marwahnya” sebagai pelindung dan pengayom masyarakat ini tentu dilat0arbelakangi oleh berbagai persoalan ditengah kompleksitas kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Apakah masyarakat sudah tidak percaya pada polisi ? Hakekatnya hal itu tidaklah demikian, sebab instansi polisi yang merupakan penjaga ketertiban masyarakat tentu harus bertindak sesuai dengan norma yang sudah menjadi aturan dalam instansi kepolisian. Sebagai manusia biasa, pada dasarnya polisi memiliki kesamaan dengan masyarakat sipil. Dari problem yang banyak terjadi ditengah masyarakat yang membuat polisi seperti kehilangan marwahnya, tentu saja menjadi evaluasi untuk lebih meningkatkan pelayanannya.

Citra merupakan hal yang paling penting bagi kepolisian yang selayaknya harus terus menerus dibangun dan dipertahankan. Citra yang baik merupakan salah satu aset yang penting, bukan hanya untuk menarik perhatian masyarakat dengan namanya, melainkan juga dapat mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian. Citra senantiasa berhubungan dengan publik atau khalayak luas. Kesan dan pengetahuan mereka mengenai kepolisian akan membentuk citra organisasi tersebut. Menurut Kazt (Soemirat dan Ardiyanto 2005:78),

Citra adalah cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Citra juga menunjukkan eksistensi sebuah organisasi di mata publik, yaitu menunjukkan pandangan masyarakat terhadap organisasi yang terbentuk dalam jangka waktu yang panjang. Pencitraan yang terbentuk dengan baik akan memberikan dampak yang baik pula demi tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan individu ataupun organisasi. Kepercayaan merupakan aset atau modal yang amat mahal bagi setiap organisasi. Rumusan ini sudah tidak bisa ditawar lagi. Sebagus apa pun perusahaan, seprofesional apa pun cara kerja sumber daya manusia (SDM), dan sekuat apa pun modal yang dimiliki, akan tetapi bila kepercayaan publik itu sudah negatif dapat dipastikan organisasi akan terus diterpa isu isu yang tidak baik hingga tercoreng namanya. Oleh karena itu setiap organisasi selalu berusaha membangun citra yang positif di mata masyarakat.

Citra positif penting untuk selalu dibentuk dan dipertahankan untuk kelangsungan hidup organisasi. Pada dasarnya semua organisasi menginginkan citranya bernilai positif atau baik di mata masyarakat atau publik (*public*), karena ini akan dapat meningkatkan profitabilitas, pertumbuhan dan eksistensinya organisasi itu sendiri. Jika citra (*image*) organisasi di mata masyarakat atau publik sangat buruk, maka profitabilitas, pertumbuhan organisasi tidak dapat ditingkatkan. Oleh karena itu citra organisasi perlu dibentuk ke arah positif. Pembentukan citra bertujuan untuk mengevaluasi kebijaksanaan dan memperbaiki kesalahpahaman. Citra positif merupakan tujuan semua organisasi. Demikian juga pada organisasi publik seperti kepolisian. Kepolisian juga memerlukan citra positif agar dapat terus diterima oleh masyarakat. Citra yang positif atau negatif berpengaruh pada persepsi yang ditampilkan kepada publik. Oleh karena itu, kepolisian harus berusaha untuk membentuk citra sebaik mungkin dan mempertahankan nya.

Kepolisian Resort Maros atau Polres Maros merupakan satuan pelaksana tugas Kepolisian RI di wilayah Kabupaten Maros. Tugas utama yang diemban oleh Polres Maros dalam rangka menjalankan tugas-tugas kepolisian yang menjadi tanggung jawabnya yaitu memelihara keamanan dan ketertiban, menegakkan hukum, memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat di seluruh wilayah hukum yang menjadi tanggung jawabnya.

Berdasarkan survei yang dilakukan, Polres Maros memiliki citra yang baik di mata masyarakat, pelayanannya jelas dan cepat, laporan yang di adukan masyarakat secara tanggap di eksekusi, mengayomi masyarakat dengan sepenuh hati dan tak ada pelanggaran pungli hal itu terbukti dengan pengakuan masyarakat ketika hendak mengurus Sim " Mengurus ka SIM disini bayar 135 ku bayar untuk tes kesehatan dan psikologi tidak adaji biaya na tambah tambahkan sesai ji" ujar Muh.Aldino(Mahasiswa PNUP. Polres Maros juga mempertahankan citra nya melalui program program yang di buat seperti Program Pammase yaitu Mewujudkan Masyarakat Sehat, ini dilakukan sebulan sekali, memberikan pengobatan massal. Diantaranya, pemeriksaan kesehatan (kolersterol, gula dan asam urat), konsultasi kesehatan dan pengobatan kesehatan. Memperlihatkan kepedulian pihak polisi ke masyarakat di bidang kesehatan. Program tersebut di akui oleh salah satu ibu rumah tangga bernama Jumi yang memiliki anak stunting " Nda tau pak polisi dengar kabar darimana dia kerumah sini na bawakan ka sembako, telur,beras, dan tanya tanya soal anakku, ka anak ku ini kurang gizi, kaget ka baeknya".

Polres Maros terus menerus memperbaiki dan mempertahankan citranya di tengah tengah isu buruk dan berita yang menyebar dimana mana tentang kepolisian yang membuat hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap polisi melalui terobosan program-program yang merangkul masyarakat.

Terkait aksi-aksi sosial, Polres Maros juga telah menginstruksikan kepada seluruh personel kepolisian agar senantiasa bermanfaat untuk masyarakat setempat. Menurutnya, bantuan yang bermanfaat bagi masyarakat itu tidak harus berupa materi, bisa juga bantuan jasa. Contoh membantu di panti asuhan, pondok pesantren, rumah ibadah dan itu minimal dilakukan oleh jajaran polres dan polsek minimal satu minggu sekali. Jadi segala bentuk kegiatannya apa saja membantu masyarakat apa saja, baik itu berupa materi ataupun imateri.

Gambar 1.1 Kepolisian Maros mengunjungi rumah warga dalam rangka memberikan bantuan

Polri merupakan salah satu institusi pemerintah yang paling banyak disorot masyarakat karena sering melakukan praktik KKN, dan akibatnya banyak sekali prestasi korp polri dalam bidang kamtibmas (pengamanan dan penertiban masyarakat) yang tertutupi oleh berbagai isu atau rumors yang berkaitan dengan penyelewengan aparat kepolisian. Sehingga citra dimasyarakat sangatlah buruk, seolah-olah tidak ada yang positif tentang citra polisi. Salah satu faktor yang menyebabkan turunnya citra polisi dimata masyarakat yaitu karena kurangnya keteladanan tentang kepemimpinan yang terbuka, bersih dan tegas dalam menegakkan hukum. Sebagai contoh kasus pejabat Polres yang terlibat kasus narkoba.

Tak dapat dipungkiri bahwa polisi kita telah berhasil dalam menangani berbagai kasus kriminal berdimensi internasional seperti terorisme, narkoba, dan separatisme. Masyarakat pun perlu menghargai upaya yang dilakukan POLRI dalam melakukan pemberantasan berbagai kejahatan termasuk kejahatan transnasional, korupsi, illegal penyalahgunaa narkoba dan penyelundupan bahan bakar minyak (BBM). Menghadapi masyarakat yang semakin kritis terhadap kebijakan pemerintah, sebagai lembaga yang dinamis POLRI pun dituntut harus mampu mereformasi diri kembali sebagai organisasi yang indepanden sesuai dengan fungsinya sebagai pelindung, pengayom dan pelayan masyarakat serta sebagai aparat hukum yang senantiasa harus professional. Didukung dengan adanya pemisahan TNI dengan POLRI, masyarakat berharap adanya paradigma yang baru dari tubuh POLRI. Melihat ancaman gangguan kamtibmas yang dihadapi saat ini, POLRI dituntut untuk mampu menangani tantangan tersebut secara profesional.

Peningkatan profesioanal tersebut tak dapat dilepaskan dari pemgembangan dan peningkatan kecerdasan emosional, kepemimpinan yang adil dan bijak serta kondisi lingkungan yang kondusif. Sementara untuk profesionalisme, kemandirian dan citra polisi menjadi tanggung jawab semua pihak, sehingga perlu diwacanakan kembali upaya membangun profesionalisme humas POLRI guna mengembalikan image dan reputasi polri melalui kemampuan berkomunikasi yang lebih baik pada masyarakat. Bersinggung dengan soal image dan reputasi POLRI, sudah saatnya lembaga ini lebih serius memperhatikan keberadaan humas sebagai penopang dalam menjalankan tugas keseharian.

Disinilah keberadaan humas (PR) dari Polres Maros betul betul penting dan strategis dalam rangka menopang kerja polisi saat berinteraksi dengan masyarakat. Keahlian menjalankan fungsi humas secara professional dari aparat

kepolisian merupakan instrumen strategis untuk membangun komunikasi yang lebih sejajar dengan masyarakat, sehingga memudahkan terwujudnya kesamaan pengertian diantara mereka. Dalam menjalankan tugasnya tentu POLRI tidak mungkin berhasil menjalankan tugas untuk mencapai tujuannya tanpa dukungan masyarakat, oleh karena itu humas merupakan suatu bidang yang sangat luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Humas pada dasarnya tidak sama dengan sekedar Relations (hubungan) meskipun Personal Relation mempunyai peranan yang besar dalam kampanye humas. Fungsi humas di lembaga manapun termasuk POLRI mempunyai posisi strategis dimana humas kepolisian mendekatkan polisi dengan masyarakat. Oleh karena itu peneliti sangat tertarik untuk mengidentifikasi peran humas Polres Maros dalam menjaga citra baik polisi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana Strategi humas Polres Maros dalam mempertahankan citra positif ?
2. Apa hambatan humas Polres Maros dalam menjaga citra baik polisi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, maka dari itu peneliti memiliki tujuan penelitian sebagai berikut :

a. Untuk mengetahui strategi Humas Polres Maros dalam mempertahankan citra positif

b. Untuk mengetahui hambatan Humas Polres Maros dalam mempertahankan citra positif

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang didapat dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsi yang bersifat ilmiah dan masukan serta bahan bagi semua pihak akan perkembangan ilmu komunikasi, dan menjadi sarana untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah khususnya dibidang Public Relations terutama dalam kajian Public Relations dalam mempertahankan citra positif.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting khususnya bagi lembaga yang berkaitan sebagai salah satu sarana untuk mempertahankan citra positif kepolisian dimata masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Rismawaty, Surya, & Juliano, 2014). Komunikasi merupakan sebuah kata kerja (verb) dalam Bahasa Inggris yakni diterjemahkan sebagai communicate yang berarti (Ibid, hlm. 65): 1. Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi; 2. Untuk membuat tahu; 3. Untuk membuat sama; dan 4. Untuk mempunyai hubungan yang simpatetik. Sedangkan dalam kata benda (noun), communication berarti (Ibid): 1. Pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi; 2. Proses pertukaran antara individu-individu melalui sistem simbol yang sama; 3. Sebagai seni dalam mengekspresikan gagasan-gagasan; dan 4. Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi.).

Pesan-pesan itu muncul lewat perilaku manusia.ketika kita melambaikan tangan,senyum,bermuka masam,menganggukan kepala atau memberikan suatu isyarat, kita juga sedang berperilaku. Perilaku ini merupakan pesan, pesan-pesan itu digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada seseorang.

Sebelum perilaku disebut pesan, perilaku harus memenuhi dua syarat, pertama perilaku harus diobservasi oleh seseorang, dan kedua perilaku harus mengandung makna. Artinya, setiap perilaku yang dapat diartikan atau mempunyai arti adalah suatu pesan. Perilaku kita adalah pesan, kedua,perilaku mungkin disadari ataupun tidak disadari (terutama perilaku nonverbal seperti membungkuk di kursi, membetulkan kacamata,tersenyum).Perilaku yang tidak disengaja ini menjadi pesan bila seseorang melihatnya dan menangkap suatu makna dari perilaku itu. Porter & Samovar dalam (Mulyana dan Rahmat,2006).

Dengan konsep hubungan perilaku sadar-tidak sadar dan sengaja tidak sengaja. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai apa yang terjadi bila makna diberikan kepada suatu perilaku. Bila seseorang memperhatikan perilaku kita dan memberinya makna, komunikasi telah terjadi terlepas dari apakah kita menyadari perilaku kita atau tidak dan sengaja atau tidak.Bila kita memikirkan hal ini, kita harus menyadari bahwa tidaklah mungkin bagi kita untuk tidak berperilaku. Setiap perilaku memiliki potensi komunikasi. Dengan kata lain, kita tidak dapat untuk tidak berkomunikasi, komunikasi pasti terjadi. Saat tidur pun sesungguhnya kita berkomunikasi, tidur kita bisa berarti pesan letih atau istirahat.

2.1.1 Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu *"stratos"* yang artinya tentara dan kata *"agein"* yang berarti pemimpin. Dengan demikian, maksud dari startegi adalah memimpin tentara. Kemudian terdapat kata *"strategos"* yang berarti pemimpin tentara pada tingkat atas. Sehingga strategi merupakan konsep militer yang bisa diartika seni perang para Jendral (*The Art of General*) atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan (Silviani *&* Prabudi, 2021:14). Menurut Tjiptono (Widiastuti, 2020:9) dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi.

Cangara (Widiastuti, 2020:10) juga menyatakan bahwa strategi merupakan seni yang melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Strategi adalah permainan rencana dua arah atau bagaimana mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karenanya, strategi biasanya terdiri atas dua atau lebih taktik,

dengan anggapan yang satu lebih bagus dari yang lain. Dengan demikian, strategi adalah kumpulan taktik dengan maksud mencapai tujuan dan sasaran dari perusahaan, institusi atau badan.

Menurut Porter dalam Rangkuti (Widiastuti, 2020:10), strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Kemudian Yoeti (Widiastuti, 2020:10) juga berpendapat bahwa strategi sebagai suatu rencana yang terpadu dan menyeluruh yang mengaitkan kekuatan perusahaan dalam menghadapi lingkungan usaha agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu laba. Pengertian startegi secara umum yaitu:

1. Strategi adalah upaya individu atau kelompok untuk membuat skema guna mencapai target sasaran yang hendak dituju.
2. Strategi adalah seni bagi individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan
3. strategi bisa juga diartikan sebagai tindakan untuk menyesuaikan diri terhadap segala reaksi ataupun situasi lingkungan yang terjadi. Baik itu situasi yang terduga maupun yang tidak terduga.

2.1.2 Tujuan Strategi

1. Menjaga Kepentingan

Tujuan yang kita bahas memiliki peruntukan serta kepentingan yang sangat luas, maka tujuan dari strategi sangat baik untuk dijaga oleh semua pihak. Strategi bisa digunakan oleh pihak individu, pihak kelompok, pihak organisasi,ataupun pihak-pihak lain yang memang perlu untuk menggunakannya. Dengan adanya strategi, kepentingan atau tujuan awal

akan tetap terjaga karena isi dari strategi tersebut adalah merupakan tata cara atau langkah-langkah untuk mencapai target sasarannya.

2. Sebagai Sarana Evaluasi

Strategi dapat berfungsi sebagai sarana evaluasi, dengan kata lain strategi merupakan salah satu sarana yang bisa digunakan untuk melakukan introspeksi diri guna untuk menuntut diri mencapai tujuan dan hasil yang lebih baik serta meminimalisir kemungkinan terjadinya kekurangan ataupun kegagalan.

3. Memberikan Gambaran Tujuan

Ketika tidak memiliki gambaran mengenai tujuan yang akan dicapai dan tidak tahu bagaimana cara mengetahui jalan yang akan dipilih apakah benar atau salah, maka menentukan strategi adalah sebuah jawaban yang tepat. Strategi bertujuan untuk memberikan gambaran apa yang harus di lakukan untuk mencapai titik puncak yang di inginkan.

4. Memperbarui Strategi Yang Lalu

Tidak hanya memiliki fungsi untuk evaluasi dan memberikan gambaran mengenai tindakan yang harus dilakukan, tetapi juga memiliki tujuan untuk memperbarui strategi yang telah digunakan sebelumnya. Tidak bisa dipungkiri bahwa mungkin selama menjalankan strategi, ada beberapa hal yang menyebabkan strategi yang telah dibuat menjadi kurang efektif atau mungkin kalah saing sehingga strategi lama perlu diubah dengan strategi baru atau juga bisa dengan cara melakukan evaluasi terhadap strategi lama sehingga menjadi strategi yang baru dan tidak kalah saing dengan competitor. Ketika merasa caranya tidak memberikan dampak yang besar, maka perlu evaluasi dan segera benahi strateginya terlebih dahulu. Dengan memperbarui strategi pasti akan bisa meminimalisir adanya kemungkinan

munculnya risiko.

5. Lebih Efisien dan Efektif

Entah secara sadar atau tidak, strategi terbukti banyak membantu para penggunanya. Dilihat dari segi waktu dan cara yang mereka lakukan apabila menggunakan strategi maka akan menjadi lebih efektif dan efisien sehingga pencapaian yang mereka dapatkan pun tidak dengan cara yang menghabiskan banyak waktu dan membuang banyak tenaga. Dengan perencanaan strategi yang baik dan benar, semua hal bisa dijalankan dengan lebih tepat sasaran

6. Mengembangkan Kreativitas dan Inovasi

Adapun tujuan lain dari dibuatnya strategi yaitu sebagai upaya untuk mengembangkan kreativitas dan juga inovasi di dalam nisnis. Tidak bisa dipungkiri bahwa demi mencapai sebuah tujuan yang sesuai, maksimal, dan hasil yang memuaskan, membutulkan cara-cara yang unik dan berbeda dibandingkan dengan yang lain. Dengan adanya perencanaan strategi yang matang, akan semakin terpacu untuk berinovasi supaya produk yang akan diterbitkan tidak kalah saing dengan pihak lainnya.

7. Mempersiapkan Perubahan

Adapun tujuan terakhir dari strategi, yakni sebagai sarana untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi perubahan. Tidak bisa dipungkiri apabila semua hal selalu bersifat dinamis atau bisa berubah-ubah. Maka dari itu, kita tidak bisa menggunakan satu strategi saja untuk selamanya. Akan tetapi, perlu memperbarui dan mengevaluasi langkah-langkah yang telah dijalankan agar tetap mampu untuk bersaingt dan mendapatkan hasil sesuai dengan apa yang diinginkan.

2.2. Pengertian Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah proses pertukaran informasi antara organisasi atau

individu dengan publik secara luas. Ini melibatkan penyampaian pesan yang ditujukan untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, atau perilaku masyarakat secara umum.

2.2.1. Fungsi Komunikasi Publik

Komunikasi publik memiliki beberapa fungsi, termasuk informasi (menyampaikan informasi yang relevan), persuasi (mempengaruhi sikap dan perilaku), pembentukan opini (membentuk persepsi publik terhadap suatu isu), dan partisipasi publik (mendorong partisipasi dalam kegiatan publik).

2.2.2. Teori Komunikasi Publik

Beberapa teori yang relevan dalam studi komunikasi publik antara lain:

a. Agenda Setting Theory

   Teori ini mengatakan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk menentukan agenda publik dengan memilih topik yang akan dibahas, sehingga mempengaruhi apa yang dipikirkan masyarakat.

b. Uses and Gratifications Theory

   Teori ini menekankan bahwa individu memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan kepuasan pribadi.

c. Two-Step Flow Theory

   Teori ini menyatakan bahwa opini publik dipengaruhi oleh tokoh-tokoh yang memediasi informasi antara media dan masyarakat.

2.2.3. Media Massa dalam Komunikasi Publik

Media massa memainkan peran penting dalam komunikasi publik sebagai saluran utama untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Dalam era digital, media sosial juga telah menjadi platform yang signifikan dalam memfasilitasi komunikasi publik.

2.2.4. Komunikasi Krisis

Komunikasi krisis adalah bagian penting dari komunikasi publik yang

melibatkan manajemen pesan dan respons terhadap situasi darurat atau kontroversial. Strategi komunikasi krisis yang efektif dapat membantu organisasi meminimalkan dampak negatif dan memelihara reputasi mereka.

2.2.5. Evaluasi Komunikasi Publik

Evaluasi komunikasi publik penting untuk mengukur efektivitas pesan yang disampaikan dan dampaknya terhadap publik. Metode evaluasi meliputi survei, analisis media, dan pengukuran respons publik.

2.2.6. Peran Profesional Komunikasi Publik

Profesional komunikasi publik bertanggung jawab untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi komunikasi organisasi. Mereka memainkan peran kunci dalam memastikan pesan-pesan yang disampaikan relevan, akurat, dan efektif.

2.3 Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas)

Grunig (1984:6) menyatakan bahwa *Public Relations* atau Humas adalah, *the management of communication between an organization and its publics*. (Humas adalah kegiatan manajemen komunikasi antara sebuah organisasi dengan berbagai macam publiknya. Hubungan Masyarakat adalah penerapan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik/khalayak secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama. Humas bagaikan jembatan yang menghubungkan antara suatu instansi/lembaga dengan publiknya. Humas merupakan upaya terencana untuk mempengaruhi opini melalui karakter yang baik serta kegiatan yang bertanggung jawab didasarkan oleh komunikasi dua arah yang saling menguntungkan (Cutlip, Center & Broom, 2006; Gassing & Suryanto, 2016). Komunikasi dua arah menunjuk pada proses komunikasi yang melibatkan suatu organisasi dengan publiknya secara timbal balik dalam mendukung kegiatan dan target manajemen melalui pemeliharaan kerjasama

(Effendy, 2019). Humas juga dilihat sebagai alat untuk mempengaruhi publik untuk 3 memiliki rasa mendukung serta memiliki niat yang baik (Bernays dalam Gassing & Suryanto, 2016).

Dalam bukunya Public Relations, Edward L. Bernays mendefinisikan humas dalam tiga arti, yaitu:

1. Penerangan kepada masyarakat.
2. Persuasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat.
3. Usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan dengan sikap perbuatan suatu masyarakat dan sebaliknya.

Namun, Humas yang penulis maksudkan dalam kajian ini adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik dan usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang bermanfaat antara lembaga dan masyarakat. Humas juga merupakan jembatan komunikasi antara publik dengan lembaganya.

2.3.1 Peran Humas

Humas memiliki peran dalam menciptakan citra baik organisasi , mengkomunikasikan segala bentuk informasi tentang organisasi baik kepada publik, klien ataupun para investor. Bisa dikatakan bahwa seorang humas adalah wajah dari organisasi itu sendiri. Ia harus memahami secara detail seluk beluk dan segala informasi yang terkait dengan organisasi. Selain itu ia juga membawa citra dari sebuah organisasi sehingga ini harus tercermin dari tampilan dan tata bahasa yang teratur.

Seorang humas harus mampu menciptakan poin positif sehingga akan dapat meningkatkan penjualan atau citra positif sebuah organisasi di mata publik. Bagian kehumasan selalu berkaitan dengan dunia luar sehingga ia akan lebih banyak menghabiskan kegiatan di luar ruangan atau di lapangan.

Ia bertugas mengedukasikan kepada khalayak serta memperkenalkan kelebihan serta keunggulan sebuah organisasi. Yang pada akhirnya akan menarik minat sehingga akan banyak yang bergabung ke dalam organisasi atau membeli produk hasil buatan para anggota yang tergabung dalam organisasi itu sendiri.

Kesuksesan sebuah organisasi sangat ditentukan oleh keberhasilan seorang humas atau publik relations dalam mempertahankan reputasi, citra positif di masyarakat. Seperti saat ini, keterbukaan akan informasi ke pada publik menjadi hal yang sudah umum adanya. Namun, tentunya peran humas sangat krusial. Dalam hal ini humas harus memberikan informasi berdasarkan fakta dan keakuratan tentang segala informasi dalam sebuah organisasi. Tentunya dengan penyampaian yang benar dan tetap menjunjung tinggi etika maka informasi itu akan bisa diterima dengan mudah oleh publik.

1. Strategi Komunikasi Publik

Seperti yang telah di uraikan sebelumnya bahwa humas atau publik relations merupakan wajah dari sebuah organisasi. Humas memiliki tugas penting dalam menyampaikan informasi mengenai organisasi kepada stakeholder yang terkait dan kepada publik. Setiap bagian humas akan dilengkapi dengan contact center yang memungkinkan untuk menerima keluhan dan merupakan tempat dimana masyarakat atau publik dapat memperoleh informasi lengkap mengenai organisasi. Bagian humas akan selalu berhubungan dengan media baik media televisi, iklan atau cetak yang memungkinkan untuk bisa mengabarkan perihal kondisi terkini dari sebuah organisasi.

2. Mengelola Keadaan Darurat

Ketika sebuah kondisi menhampiri yang terkadang dapat merusak

bahkan meruntuhkan citra sebuah organisasi. Maka, disinilah peran penting humas dibutuhkan. Kondisi yang demikian tentu sangat tidak diharapkan namun, bisa terjadi kapan saja. Hal ini bisa terjadi karena adanya isu isu negatif yang berkembang baik di dalam organisasi hingga merebak di masyarakat. Tentunya jika dibiarkan hal ini akan bisa merusak citra organisasi di mata publik. Oleh karenanya bagian peran humas dalam organisasi salah satunya adalah meredam dan mengatasi kondisi darurat agar tidak semakin berkembang kearah perpecahan dalam organisasi. Dan tentunya mengembalikan citra positif organisasi di mata publik.

Adapun tahapan humas dalam mengelola keadaan darurat yaitu :

1. Penyusunan Strategi Komunikasi Humas berperan dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk menghadapi situasi krisis atau keadaan darurat. Strategi ini mencakup identifikasi audiens kunci, pesan yang harus disampaikan, saluran komunikasi yang akan digunakan, serta rencana respons yang terperinci.
2. Pemantauan dan Evaluasi Situasi Humas bertanggung jawab untuk terus memantau perkembangan situasi krisis atau darurat. Mereka mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk memahami konteks dan dampaknya terhadap masyarakat. Evaluasi terus-menerus dilakukan untuk menyesuaikan strategi komunikasi sesuai dengan perkembangan situasi.
3. Penyampaian Informasi yang Akurat Humas memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik selama krisis atau keadaan darurat adalah akurat, jelas, dan tepat waktu. Hal ini membantu menghindari penyebaran informasi yang salah atau tidak terverifikasi, yang dapat menyebabkan kebingungan atau kepanikan di masyarakat.

4. Menanggapi Pertanyaan dan Keprihatinan Publik Humas siap menjawab pertanyaan, kekhawatiran, dan permintaan informasi dari publik sehubungan dengan situasi krisis atau darurat. Mereka memberikan respons yang terbuka dan transparan untuk membangun kepercayaan dan memastikan pemahaman yang tepat tentang tindakan yang diambil oleh pihak kepolisian.
5. Mengurangi Kepanikan dan Ketegangan Melalui komunikasi yang efektif, Humas berusaha untuk mengurangi kepanikan, kebingungan, dan ketegangan di masyarakat selama situasi krisis. Mereka memberikan informasi yang memadai tentang langkah keamanan yang diambil, prosedur evakuasi, dan sumber daya yang tersedia untuk membantu masyarakat.
6. Bekerja Sama dengan Pihak Terkait Humas bekerja sama dengan berbagai pihak terkait, termasuk lembaga pemerintah lainnya, media massa, organisasi non-pemerintah, dan komunitas lokal. Kolaborasi ini membantu memastikan koordinasi yang efektif dalam menyampaikan pesan penting dan memberikan dukungan kepada masyarakat yang terdampak.
7. Evaluasi Pasca-Krisis Setelah situasi krisis mereda, Humas melakukan evaluasi terhadap respons dan strategi komunikasi yang dilakukan. Pembelajaran dari pengalaman ini membantu memperbaiki expositions komunikasi untuk krisis mendatang dan memperkuat kapasitas kepolisian dalam menghadapi tantangan serupa di masa depan. Dengan mengambil langkah ini, Humas kepolisian berperan sebagai garda terdepan dalam memastikan bahwa informasi yang diterima oleh masyarakat selama situasi krisis atau darurat adalah akurat, terpercaya, dan dapat membantu

mengurangi dampak negatifnya.

3. Sarana Marketing Yang Handal

Humas juga menjadi bagian penting dalam strategi marketing sebuah organisasi. Terutama bagi organisasi yang bergerak di bidang produksi produk. Tentu bagian humas bisa menjadi motor peggerak dalam meningkatkan penjualan produk. Selain ini juga citra positif organisasi di mata masyarakat akan meningkat. Dimana akan ada banyak orang yang mungkin ingin tergabung didalamnya. Karena melihat bahwa organisasi yang di kelola memiliki kegiatan yang jelas. Bahkan kegiatan tersebut bisa menjadi bagian dari jenis usaha mikro kecil dan menengah yang bisa membantu roda perekonomian bangsa ini.

4. Hubungan Media

Bagian humas atau publik relations haruslah memiliki hubungan yang baik dengan awak media. Humas dan media akan selalu bersinggungan. Apalagi jika ada perkembangan terbaru mengenai jalannya organisasi sudah tentu para awak media akan terlibat. Untuk itu humas memegang peranan dalam mengelola hubungan dengan para media. Humas harus bekerja sama dengan media untuk bisa menyiarkan perkembangan organisasi seluas luasnya. Dengan demikian tentu nama organisasi yang di kelola akan lebih di kenal banyak orang.

5. Menjangkau Kegiatan

Humas profesional terkadang melibatkan diri dalam sebuah kegiatan dengn membawa brand organisasi. Hal semacam ini tentu akan semakin memberikan pengaruh positif pada citra organisasi. Banyak

organisasi yang menjadi sponsor sponsor kegiatan sekelas olimpiade. Tentunya hal ini juga merupakan bagian dari kegiatan organisasi agar lebih dikenal masyarakat luas. Sehingga organisasi bisa berkembang.

6. Mengelola Media Sosial

Medsos atau media sosial saat ini memang tengah banyak digandrungi. Media sosial merupakan hal yang paling akrab dengan keseharian kita. Medsos juga merupakan sebuah sarana bagi humas untuk bisa menjaring lini massa yang lebih luas dan kompleks. Dengan didukung teknologi dan jaringan internet yang stabil tentu membuat sebuah akum medsos untuk dikelola tidaklah sulit. Sebuah fanpage di twitter atau facebook akan membantu bagian humas untuk lebih bisa berinteraksi dengan pengguna dunia maya. Oleh karenanya kita harus memaksimalkan media sosial secara bijak agar citra dan karakter positif organisasi yang di kelola akan lebih bisa diterima publik.

7. Mengetahui Dan Mengevaluasi Opini Publik

Sering kali opini publik yang digiring ke arah negatif issue akan bisa membawa dampak buruk bagi citra sebuah organisasi. Oleh karenanya bagian humas memiliki peran penting sebagai pihak yang harus mengetahui, issue issue yang sedang berkembang dan hangat menjadi perbincangan terutama yang berkaitan dengan organisasi yang dikelola. Ada berbagai kepentingan yang bisa menggiring opini publik menjadi sebuah sinyal bahwa organisasi tersebut sedang dalam kondisi yang tidak stabil. Tentunya peran humas harus secara sigap cepat tanggap dalam menganalisis dan mengevaluasi issue yang berkembang.

Humas harus berasal dari sumber daya manusia yang kompeten di bidangnya serta harus didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap. Selain itu juga yang tidak boleh diabaikan adalah anggaran yang

ada harus mampu mendukung kinerja bagian humas. Sehingga kinerja humas tidak melemah . Dengan dukungan dari semua lini maka kinerja bagian humas akan lebih cepet, efektif serta efisien.

2.3.2 Fungsi Humas

Secara Umum, Fungsi Humas adalah sebagai berikut :

1. Humas sebagai penyampai informasi

Di sini humas bertugas untuk menyampaikan segala informasi penting mengenai organisasi kepada publik. Dengan penyampaian informasi ini diharapkan publik dapat memahami sudut pandang organisasi tentang suatu isu atau permasalahan tertentu.

2. Humas sebagai pencari informasi

Di sini humas bertugas untuk mencari segala informasi yang berkenaan dengan opini publik (pendapat, keluhan, pemikiran, kritikan, pujian, kepuasan, dan sebagainya) tentang organisasi. Dengan mengetahui opini publik secara pasti, humas dapat memberikan masukan kepada pihak organisasi berdasar pada opini tersebut sehingga organisasi diharapkan tidak akan mengambil keputusan yang keliru yang akan merugikan posisi organisasi itu sendiri.

Selain itu fungsi humas, yaitu :

a. Memantau, menganalisis, mengartikan, dan mengantisipasi opini dan sikap publik terhadap perusahaan.
b. Merancang strategi komunikasi untuk mendukung kampanye atau gerakan yang dicanangkan oleh perusahaan.
c. Menulis dan mendistribusikan warta pers atau pernyataan dari perusahaan.
d. Menyusun dan menulis pidato.

e. Merencanakan dan melaksanakan acara yang berhubungan dengan publik dan media.
f. Membangun dan memelihara jaringan dengan jurnalis dari berbagai media, baik cetak maupun online.
g. Membangun dan memelihara komunikasi dengan instansi atau badan pemerintahan.
h. Membangun dan memelihara komunikasi dengan kelompok dan organisasi publik.
i. Membangun dan memelihara hubungan baik dengan investor.

2.3.3 Tugas Humas

1. **Menjalin Hubungan dengan Publik**

Humas adalah bagian dari sebuah perusahaan atau organisasi yang bertugas untuk menjembatani hubungan antara perusahaannya dengan publik. Tidak hanya itu, tetapi humas juga secara rutin menjaga kualitas hubungan antara perusahaan dan publik. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman antara kedua belah pihak.

2. **Membangun Citra Positif**

Seperti yang telah dijelaskan di atas, humas bertugas untuk membangun citra positif. Citra positif yang dibangun secara konsisten dan berkelanjutan akan menambah kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Hasilnya, penjualan barang atau jasa akan meningkat.

3. **Meningkatkan Eksistensi**

Agar semakin maju, sebuah perusahaan harus semakin dikenal oleh publik. Sehingga, meningkatkan eksistensi perusahaan juga menjadi salah satu tugas humas. Semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan

membicarakan keberadaan sebuah perusahaan, maka hasil produksi dari perusahaan itu akan ikut semakin dikenal.

4. **Menjaga Komunikasi Internal Perusahaan**

Menjaga kualitas komunikasi internal di dalam perusahaan juga menjadi tugas dari seksi humas. Dengan menjaga komunikasi dari dalam, akan terjalin komunikasi yang baik antara para pimpinan dengan bawahan dan terciptanya suasana kerja yang nyaman.

2.4 Humas Polri

Divisi Hubungan Masyarakat Kepolisian Republik Indonesia disingkat DivHumasPolri adalah salah satu unsur pengawas dan pembantu pimpinan di bidang Hubungan Masyarakat pada tingkat Mabes Polri. Div Humas Polri berkedudukan langsung di bawah Kapolri. Divhumas Polri dipimpin oleh perwira tinggi polri berpangkat Inspektur Jenderal Polisi atau Jenderal Bintang Dua.

Divisi Hubungan Masyarakat Polri dibentuk pada 30 Oktober 1951 sesuai dengan Surat Keputusan Kapolri Jenderal Polisi Said Soekanto saat itu, sebelumnya bernama Dinas Penerangan Kepolisian Republik Indonesia (Dispen Polri).

2.5 Teori Image Restoration

WILLIAM L. Benoit adalah seorang profesor dari Ohio University yang sangat dikenal di dunia komunikasi, beliau mencetuskan sebuah teori komunikasi yang sangat terkenal saat ini, yaitu teori pemulihan citra atau *Image Restoration Theory.*

Dalam kondisi dan situasi ekonomi dan politik yang baik, citra yang sudah terbangun baik pun bisa saja menjadi buruk, oleh karena berbagai sebab. Reputasi tokoh, nama baik partai politik, dan pencitraan korporasi atau organisasi bisa saja tiba-tiba runtuh karena kejadian tertentu. Apalagi, jika kita berada di dalam kondisi

ekonomi yang buruk dan politik yang tidak stabil.

Merupakan hal yang sangat prinsip bahwa setiap orang atau organisasi ingin selalu memiliki citra yang baik, positif dan terhormat, meskipun ketika melakukan kesalahan. Oleh karena itu, akan diupayakan langkah-langkah dengan berbagai cara untuk bisa mengembalikan citra positifnya. Benoit melalui buku "*Account, Excuses, and Apologies*" yang diterbitkan pada tahun 1994 memberikan gambaran yang jelas mengenai teori pemulihan citra ini.

Dikatakan, bahwa teorinya itu bertujuan untuk mempertahankan citra atau reputasi positif. Reputasi yang negatif atau citra yang rusak, bisa disebabkan oleh dua hal, karena disengaja (oleh dirinya sendiri atau pesaing) atau pun tidak disengaja (karena salah perkataan atau salah perbuatan).

Ketika hal tersebut terjadi, maka tokoh atau organisasi tersebut bermasalah dengan citra. Benoit menciptakan teorinya pada asumsi bahwa, karena citra yang buruk, maka komunikator akan berupaya maksimal atau termotivasi untuk mengembalikan nama baik atau citranya ke tingkat yang diharapkan.

Benoit mencatat, setidaknya ada lima strategi dasar di dalam *image restoration theory* ini, yaitu :

1. Denial

Strategi seperti ini seringkali kita lihat di kalangan politisi kita, yaitu melakukan penyangkalan (simple denial). Tetapi ada juga yang selain menyangkal, juga mengalihkan ke salahan kepada orang lain (*shifting the blame)*

2. Evading of Responsibility

Strategi ini adalah melakukan penghindaran tanggungjawab atas pekerjaan atau tindakannya, tujuannya tentu juga untuk mengurangi tanggungjawab atas konsekuensi tindakannya (kesalahan) tersebut.

Dalam strategi kedua ini, ada beberapa langkah yang bisa ditempuh, tergantung kasus dan situasinya, misalnya :

a) *Provocation* (pengakuan bahwa hal tersebut dilakukan karena terpancing oleh suatu hal), *Defeasibility* (pengakuan bahwa hal tersebut dilakukan karena kekurangan informasi dan kemampuan yang cukup).
b) *Accident* (pengakuan bahwa semua hal terjadi karena karena tidak terduga), Good Intention (pengakuan bahwa semuanya berawal dari niat yang baik, sama sekali tidak ada maksud untuk membuat kesalahan)

3. **Reducing Offensiveness of Event.**

Dalam strategi ini, dikondisikan bahwa pihak yang melakukan kesalahan pantas diberikan keringanan.

Caranya adalah dengan mengutip tindakan-tindakan positif yang sudah dilakukan di masa lalu dan bisa diterima publik dengan baik *(Bolstering)*. Bisa juga melakukan upaya-upaya yang bisa mengurangi perasaan negatif dengan cara-cara persuasi kepada publik, sekaligus meyakinkan publik bahwa yang terjadi tidaklah seburuk seperti yang dipikirkan, dipersepsikan, atau yang terjadi *(Minimization)*.

Cara yang lainnya adalah dengan membuat perbedaan perlakuan atas kesalahan yang dilakukan dengan yang dilakukan orang lain yang juga melakukan hal yang sama (*Differensiasi*). Bisa juga dengan membandingkan suatu kejadian tetapi dalam konteks yang berbeda *(Trancendence)*.

Ada juga *Attack Accuser*, yaitu menyerang kredibilitas yang menuduh, dengan mempertanyakan kompetensi dan hal lainnya, dan perhatian publik pun berpindah ke penuduh.

Compensation, adalah memberikan ganti rugi sebaggai bentuk tanggungjawab atau menebus kesalahan yang terjadi, sehingga perbuatan diampuni dan reputasi balik menjadi baik.

4. Corrective Action.

Strategi ini dilakukan dengan cara menjanjikan bahwa tindakan (kesalahan) yang terjadi akan diperbaiki lebih baik lagi ke depannya. Dengan janji-janji yang meyakinkan, diharapkan citra positifnya kembali lagi.

5. Mortification.

Strategi ini sangat elegan, yaitu mengakui kesalahan, dan dengan jelas meminta pengampunan atas tindakan yang dilakukan.

Srategi "penyiksaan diri" ini oleh Benoit disebut merupakan tema utama tulisan pakar komunikasi lainnya yaitu Burke. gitulah, banyak jalan menuju Roma, banyak cara untuk mengembalikan citra, memulihkan reputasi, atau menjaga nama baik tetap berada di level yang diharapkan.

Tentu saja semuanya harus dihitung dampak publik yang akan terjadi jika kita memilih salah satu strategi Benoit. Tidak semua kasus tertentu cocok dengan strategi tertentu, tetapi prinsip utama bahwa citra negatif harus dikembalikan menjadi positif adalah cita-cita bersama.

2.6 Kepolisian

Polisi merupakan alat negara yang bertugas memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, memberikan pengayoman, dan memberikan perlindungan

kepada masyarakat. (Satjipto Raharjo : 2009)

Kepolisian Negara Republik Indonesia Daerah (Polda) merupakan satuan pelaksana utama kewilayahan yang berada di bawah Kapolri. Polda bertugas menyelenggarakan tugas Polri pada tingkat kewilayahan. Polda dipimpin oleh Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Daerah (Kapolda), yang bertanggung jawab kepada Kapolri. Kapolda dibantu oleh Wakil Kapolda (Wakapolda).

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 2 tahun 2002 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, Kepolisian adalah segala hal ihwal yang berkaitan dengan fungsi dan lembaga. Polisi sesuai dengan peraturan perundang-undangan, istilah Kepolisian dalam undang-undang tersebut mengandung dua pengertian, yakni fungsi polisi dan lembaga polisi, apabila 18 Adit Setiawan, Panduan Lolos Seleksi Masuk Polri, (Semarang: Media Inspirasi Semesta, 2015), hal. 8. 25 dicermati dari pengertian fungsi polisi sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 Undang-undang Nomor 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.

2.6.1 Tugas Polisi

Polisi adalah anggota badan pemerintah yang bertugas memelihara keamanan dan ketertiban umum, Namun, kata polisi dapat merujuk kepada

salah satu dari tiga hal, yaitu orang, institusi (lembaga), atau fungsi. Polisi yang bermakna institusi biasa kita sebut dengan kepolisian contohnya, Kepolisian Republik Indonesia atau Polri, dan Kepolisian daerah atau Polda.

Arti polisi sebagai fungsi atau sebagai “kata kerja"" berasal dari bahasa inggris “to Police"", yaitu pekerjaan mengamati, memantau, mengawasi segala sesuatu untuk menangkap gejala yang terjadi. Gejala yang ditangkap oleh mata seorang polisi lantas mdimasukkan ke dalam otaknya untuk diproses berdasarkan standar norma yang dimiliki oleh polisi tersebut. Jika gejala tersebut tidak sesuai dengan standar norma yang dimilikinya maka polisi akan melakukan segala tindakan yang diperlukan untuk mengupayakan agar situasi kembali normal sebagaimana biasa sehingga sesuai dengan standar norma.

Secara umum, tugas utama polisi ada tiga :

1. **Menjaga keamanan dan memelihara ketertiban umum.** Contoh : melakukan patroli di tempat-tempat umum, menjaga demonstrasi, menanggulangi terjadinya kerusuhan massal, dan menanggulangi kemacetan lalu lintas.
2. **Menegakkan hukum.** Contoh : mengejar penjahat, mengungkap sindikat perdagangan manusia, mengungkap kasus korupsi dan menangkap koruptor, mengungkapkan jaringan narkoba, selanjutnya membuktikan bahwa seorang diduga melakukan tindakm kejahatan seperti di atas.
3. **Memberikan pelayanan,perlindungan, dan pengayoman.** Misal : melindungi orang yang memerlukan perlindungan (korban kejahatan) dan menyerahkan pelaku kejahatan ke kejaksaan untuk menjalani proses hukum selanjutnya melalui peradilan : melayani pembuatan surat izin mengemudi dan surat tanda nomor kendaraan yang berguna untuk mengemudikan kendaraan bermotor, surat keteerangan catatan kepolisian

yang bermanfaat untuk melamar pekerjaan

2.6.2 Wewenang Polisi

Wewenang Kepolisian juga dapat dilihat melalui ketentuan Pasal 49 Kenya National Police Service Act 2012 yang menjelaskan bahwa:

1. Dengan tunduk pada Pasal 244 Konstitusi dan Bill of Rights, seorang petugas polisi dapat menjalankan wewenang tersebut dan akan melaksanakan tugas dan fungsi seperti yang ditentukan oleh undang-undang atau diberikan atau ditugaskan kepada seorang petugas polisi.

   Dimana tugas, kekuasaan atau kebijaksanaan dibebankan atau diberikan oleh Undang-undang ini atau undang-undang lainnya pada petugas polisi dari pangkat tertentu atau memegang jabatan tertentu, petugas polisi, dalam pelaksanaan tugas atau latihan tersebut harus kekuasaan atau kebijaksanaan tersebut, dan tunduk pada perintah dan arahan yang sah dari setiap petugas polisi yang kepadanya petugas polisi tersebut secara langsung berada di bawahnya, dan setiap petugas polisi senior, jika ada kesempatan di mana perlu untuk melakukannya, melakukan tugas atau menjalankan kekuasaan atau kebijaksanaan tersebut.
2. Aparat kepolisian harus membuat laporan tentang semua kejadian dan kejadian sehari-hari yang ditemui dan memberitahukannya kepada atasannya.
3. Seorang perwira polisi yang menjalankan tugas resmi atau menjalankan kekuasaan kepolisian harus melaksanakan tugas atau menjalankan kekuasaan itu dengan cara yang sah menurut hukum.
4. Jika seorang petugas polisi diberi wewenang oleh hukum untuk menggunakan kekerasan, petugas tersebut harus melakukannya sesuai

dengan pedoman yang ditetapkan dalam Jadwal Keenam.

5. Setiap petugas polisi berwenang untuk melayani atau melaksanakan panggilan, surat perintah atau proses lainnya baik yang ditujukan kepadanya atau kepada petugas lainnya.
6. Penyimpanan dan penggunaan informasi oleh setiap anggota Layanan harus dilakukan sesuai dengan Pasal 31 Konstitusi, dan semua hukum dan peraturan terkait lainnya yang berlaku.
7. Inspektur Jenderal dapat membuat peraturan tentang penanganan informasi oleh Dinas.
8. Hal-hal yang bersifat pribadi dan informasi operasional yang dimiliki aparat penegak hukum harus dijaga kerahasiaannya, kecuali pelaksanaan tugas atau kebutuhan keadilan secara tegas mensyaratkan lain.
9. Seorang petugas polisi harus menghormati hukum, peraturan dan Tata Tertib Dinas, dan dengan kemampuan terbaik mereka, mencegah dan menentang setiap pelanggaran terhadapnya.
10. Seorang petugas polisi yang memiliki alasan untuk percaya bahwa pelanggaran hukum telah terjadi atau akan terjadi harus melaporkan masalah tersebut kepada otoritas atasan mereka dan, jika perlu, kepada otoritas atau organ lain yang sesuai yang diberi wewenang untuk meninjau atau memperbaiki.
11. Tidak ada anggota Polisi yang akan dikenakan pemeriksaan disipliner atau kerugian lain hanya berdasarkan fakta bahwa dia telah mengajukan pengaduan atau memberikan bukti sebelumnya atau informasi kepada Otoritas Pengawasan Polisi Independen atau otoritas atau organ lain yang diberikan kepadanya. meninjau atau kekuatan perbaikan

12. Seorang petugas polisi yang menyalahgunakan kekuasaan yang diberikan oleh Undang-undang ini melakukan pelanggaran dan dapat dikenakan tindakan disipliner atau pidana dan seseorang yang haknya dilanggar oleh seorang petugas polisi berhak untuk mendapatkan ganti rugi dan kompensasi atas keputusan pengadilan, tribunal atau lainnya. Otoritas.

2.7 Pengertian Citra

Citra adalah tujuan pokok bagi suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra itu sendiri abstrak atau intangible, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari penilaian, baik semacam tanda respek dan rasa hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap organisasi atau perusahaan tersebut dilihat sebagai sebuah badan usaha yang dipercaya, professional, dan dapat diandalkan dalam pembentukan pelayanan yang baik.

Tugas PR itu sendiri adalah menciptakan citra organisasi yang diwakilinya sehingga tidak menimbulkan isu-isu yang merugikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990:667), citra adalah pemahaman kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Sedangkan menurut Linggar dalam Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya (2000:69), bahwa "citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya." Dari pernyataan diatas menjelaskan bahwa citra adalah sesuatu yang ditonjolkan secara nyata yang timbul berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang ada. Citra yang dimaksud disini adalah kesan yang ingin diberikan oleh perusahaan kepada publik atau khalayaknya agar timbul opini public yang positif tentang perusahaan tersebut. Hal lain menurut Ruslan dalam bukunya Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi dan Aplikasi (1998:63) menyebutkan bahwa landasan citra berakar dari :"Nilai-nilai

kepercayaan yang konkritnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persuasi, serta terjadinya proses akumulasi dari individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak,
yaitu sering dinamakan citra atau image."

Jadi citra merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang suatu lembaga. Citra mencerminkan wajah dan budaya institusi sejalan dengan strategi institusi, jelas dan konsisten. Sasaran pencitraan adalah bagaimana tercipta opini publik dalam kaitannya dengan keberadaan sebuah lembaga yang melayani atau memperjelas lembaga tersebut yang tergabung dalam istilah public relations atau humas.

2.7.1 Jenis-Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins dalam Public Relations (dalam Munandar, 1995:17-19) mengemukakan bahwa ada beberapa jenis citra yang penting untuk diketahui oleh seorang PR. Jenis-jenis citra tersebut adalah :

1. Mirror Image (Citra Bayangan).

Sebuah penggambaran citra yang diyakini dan dianggap benar oleh perusahaan atau pimpinan dalam suatu perusahaan memiliki anggapan 9 pihak luar perusahaan sudah memandang bahwa perusahaannya memiliki tanggapan baik, padahal tidak selamamnya padandangan diluar perusahaan selalu baik. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan keinginan yang berbeda dengen realita yang terjadi pada publik luas mengenai instansi tersebut.

Dalam konteks kepolisian, misalnya, citra bayangan dapat terbentuk melalui berbagai sumber, seperti berita negatif tentang tindakan kepolisian yang tidak etis, rumor tentang praktik korupsi di dalam organisasi, atau persepsi masyarakat terhadap kebijakan atau tindakan tertentu yang diambil

oleh kepolisian. Oleh karena itu, manajemen citra menjadi penting bagi kepolisian untuk mengelola persepsi masyarakat dan memastikan bahwa citra yang terbentuk di masyarakat sesuai dengan nilai-nilai dan tujuan organisasi.

2. Current Image (Citra Kini).

Citra yang erat kaitannya dengan *word of mouth* atau informasi yang di peroleh dari orang lain. Citra kini berkaitan dengan sepengalanam seseorang mengenai suatu organisasi/instansi/perusahaan yang kemudian pengalaman yang dia dapatkan diceritakan kepada orang lain. Hal tersebut tidak akan menjadi sebuah permasalahan ketika yang diceritakan adalah hal positif mengenai instansi, tapi akan menjadi suatu permasalahan yang serius ketika pengalaman yang di ceritakan adalah sesuatu yang negatif mengenai instansi, yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasanga buruk (prejudice) sehingga mengakibatkan munculnya kesalah pahaman *(misunderstanding)* yang mengakibatkan ketidak percayaan terhadap suatu instansi.

Penting bagi kepolisian untuk memahami dan mengelola citra kini mereka dengan baik, karena hal ini akan memengaruhi hubungan mereka dengan masyarakat dan efektivitas dalam menjalankan tugas-tugas mereka. Upaya untuk meningkatkan citra kini meliputi transparansi, akuntabilitas, komunikasi terbuka, dan berbagai inisiatif untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat.

3. Wish Image (Citra Keinginan).

Citra yang harapan dari instansi dan di terima dan dimaknai dengan baik oleh publiknya. Citra keinginan merupakan citra yang berbanding lurus antara harapan dan hasil, intansi memiliki harapan positif dan publiknya memerima kesan tersebut secara positif.

Dalam konteks kepolisian, citra keinginan adalah citra yang diharapkan

atau diinginkan oleh kepolisian dalam pandangan masyarakat atau publik pada umumnya. Ini mencakup gambaran tentang bagaimana kepolisian ingin dilihat oleh masyarakat, serta nilai-nilai, sikap, dan perilaku yang ingin mereka asosiasikan dengan institusi mereka.

4. Corporate Image (Citra Perusahaan)

Sebuah upaya dari perusahaan mengenai tujuan kedepan perusahaan di mata publiknya, tentang bagaimana citra perusahaan mendapatkan citra positif, lebih di kenal dan di terima dengan baik oleh publiknya. Humas berperan untuk mengupayakan dan bertanggung jawab untuk memajukan citra perusahaan yang menjadi salah satu tujuan utama perusahaan.

Manajemen citra perusahaan kepolisian menjadi fokus utama dalam kegiatan Humas kepolisian. Upaya-upaya ini mencakup penyampaian informasi yang akurat dan jelas, pelaksanaan program-program pemberdayaan masyarakat, serta memperkuat hubungan dengan media dan pihak-pihak terkait lainnya. Dengan mengelola citra perusahaan kepolisian secara efektif, Humas kepolisian dapat membantu membangun kepercayaan masyarakat, meningkatkan dukungan publik, dan menciptakan lingkungan yang lebih aman dan harmonis.

5. Multiple Image (Citra Serbaneka).

Merupakan citra pelengkap dari citra perusahaan. Hal ini bisa meliputi logo, atribut identitas, brand name, uniform, para pekerja profesionalnya yang diidentikkan kedalam citra serbaneka yang diintegarasikan dengan citra perusahaan.

Dalam mengelola citra multiple, Humas kepolisian perlu mengadopsi pendekatan yang inklusif dan beragam, memperhatikan kebutuhan, kekhawatiran, dan perspektif dari berbagai segmen masyarakat. Ini

melibatkan komunikasi yang sensitif, partisipasi aktif dalam komunitas, dan upaya untuk memahami dan merespons kebutuhan masyarakat secara luas. Dengan cara ini, Humas kepolisian dapat berkontribusi pada pembangunan citra yang lebih seragam, konsisten, dan positif di mata masyarakat secara keseluruhan.

6. Performance Image (Citra Penampilan).

Citra ini lebih ditujukan kepada subyek dari perusahaan yang berkaitan dengan kinerja atau penampilan diri dari setiap anggota organisasi sehingga dapat membawa citra organisasi. Hal ini juga bisa dirtikan dengan etika perusahaan mulai dari menyapa, bersikap, serta berinteraksi dengan pelanngannya.

alam konteks Humas kepolisian merujuk pada persepsi atau gambaran yang dimiliki masyarakat tentang kinerja atau efektivitas kepolisian dalam menjalankan tugas-tugas mereka. Ini mencakup bagaimana masyarakat mengevaluasi kemampuan kepolisian dalam menegakkan hukum, memerangi kejahatan, menjaga ketertiban, dan memberikan layanan kepada masyarakat.

2.7.2 Proses Pembentukan Citra

Publik 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 itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap.

Model pembentukan citra ini menunjukan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus yang diberikan dapat diterima atau ditolak. Jika rangsangan ditolak proses

selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukan rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu. Sebaliknya, jika rangsang itu diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisme, sehingga proses selanjutnya dapat berjalann.

Empat komponen persepsi-kognisi-motivasi-sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. Jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsang tersebut. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan.

Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi itu pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan itu akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi yang cukup mempengaruhi perkembangan kognisinya.

Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakan respons seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, dan 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.

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, atau tanggapan tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra

suatu perusahaan atau lembaga dibenak publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Melalui penelitian, perusahaan dapat mengetahui sikap publik terhadap lembaganya, mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai. Denan demikian, perusahaan dapat mengambil langkah yang tepat bagi kebijakan perusahaan selanjutnya.

Adapun citra yang terbentuk dari sebuah organisasi terbentuk dari beragam sebab, antara lain:

a. Identitas Fisik Secara fisik, sebuah organisasi atai individu dapat dilihat dari pengenal visual, audio dan media komunikasi yang digunakan. Pengenal audio misalnya sebuah organisasi memiliki jingle atau lagu yang mencerminkan corak organisasi. Pengenal media berhubungan dengan media yang digunakan organisasi untuk memperkenalkan citra diri, misalnya berupa company profile, brosur, laporan tahunan, berita dan lain-lain. Beragam pengenal tersebut biasanya mencerminkan identitas, visi, misi dan sifat si pemilik.
b. Identitas Nonfisik Identitas nonfisik berhubungan dengan identitas organisasi yang tidak dapat dilihat dengan mata telanjang. Misalnya, sejarah, filosofi, budaya di dalam organisasi, sistem punish and reward, susunan manajemen, kepercayaan dan nilai kemanusiaan yang ditanamankan dan lain sebagainya.
c. Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan Selain identitas, citra sebuah organisasi juga dibentuk oleh hasil dan mutu produk. Artinya, sebuah produk yang dirancang, baik barang dan jasa, mencerminkan kualitas manjemen. Semakin baik sebuah hasil kerja dengan dibarengi mutu yang terjaga, citra organisasi tentu semakin baik. Untuk menunjang hasil dan menjaga kebaikan mutu di mata konsumen, organisasi harus memaksimalkan pelayanan.

d. Aktivitas dan Pola Hubungan Jikasebuah organisasi sudah mempunyai produk dengan mutu terjaga, maka menjaga hubungan dengan konsumen dan rekan bisnis tentu harus selalu dicatat. Aktivitas dn pola hubungan dengan individu, jaringan dan sumber daya di luar organisasi mencerminkan tanggung jawab adalah pola dasar.

2.8 Citra Polri

Adanya ‘‘ Tragedi Sambo ’’’’ cukup memorak-porandakan citra kepercayaan public kepada polri. Celakanya, ditambah lagi dengan adanya elemen masyarakat yang bukannya membantu memulihkan citra polri malah memprovokasi, menghujat serta memanfaatkan situasi ini cari panggung u ntuk kepentingan pencitraan politik praktis mereka. Meski begitu, polri tidak boleh panic karena tragedi Sambo. Sebaliknya malah tragedy ini harus dijadikan momentum pintu masuk polri untuk membenahi aspek reformasi kultural polri, terutama pembangunan moral, disiplin dan perilaku polri untuk kembali meningkatkan citra polri.

Perlu diingat keberadaan polri)dengan tugas dan wewenangnya) sebagai garda terdepan, baik dalam upaya pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, maupun dalam upaya memberikan jaminan perlindungan dan pelayanan kepada masyarakat, dan kultur masyarakat kita yang paternalistic, maka yang pertama-tama dan yang paling utama berbenah tak lain segenap anggota polri itu sendiri untuk menjadi polisi yang baik dan disiplin, berikut caranya :

a. Pengawasan yang ketat. Hal ini merupakan domain utamanya Profesi dan Pengamanan (Propam) sehingga Divisi Propam semestinya menjadi

garda utama membuat polusu menjadi baik dan disiplin. Artinya, Siapapun yan duduk sebagai pimpinan dan anggota Divisi Propam harus benar-benar “manusia setengah dewa"". Direkrut dari personel yang secara moral baik, berintegritas, berperilaku baik dan disiplin agar dapat dijadikan contoh bagi seluruh anggota polri.

b. Peraturan tentang kode etik harus diedukasikan dan disosialisasikan kepada seluruh anggota polri secara berlanjut,regular dan berkesinambungan dari Mabes sampai Polda,Polres, dan Polsek.
c. Konsistensi dan sikap tegas dalam memberikan hukuman terhadap anggota polri yang melanggar kode etik dan memberikan penghargaan kepada anggota polri yang diapresiasi baik oleh public;
d. Tugas Inspektur Pengawasan Umum (Irwasum) di tingkat Mabes Polri dan Inspektur Pengawas Daerah (Irwasda) untuk proaktif melaksanakan pengawasan terhadap anggota polri, baik yang ada dipusat maupun di daerah dari waktu ke waktu.
e. Melakukan penegakan hukum terhadap pelanggar hukum secara konsisten dan terus menerus, tidak hanya hangat hangat tai ayam atau menunggu perintah Kapolri. Baru ramai sesudah itu tidak ada kelanjutannya.
f. Sosok anggota polri harus selalu hadir di tengah-tengah masyarakat, terutama jajaran Polsek dengan penampilan yang santun dan humanis,sehingga masyarakat merasa aman dan nyaman dengan kehadiran anggota yang selalu ada di lingkungannya.
g. Bidang pelayanan masyarakat harus diubah persepsi negatif masyarakat terhadap polri, bila melapor kepada polisi selalu berkonotasi uang atau biaya yang tidak kecil.

h. Harus dibangun tradisi untuk mendorong segenap pimpinan baik di pusat maupun di daerah ikut memikul tanggung jawab, yaitu bila ada anggota polri yang melakukan penyimpangan, komandannya harus dicopot dari jabatannya.

2.9 Tinjauan Empirik

No	Penulis	Judul penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ismail Idrus	Aktivitas Humas Polrestabes Makassar Dalam Membangun Citra Polisi,	Untuk mengetahui bagaimana tindakan humas Polrestabes Makassar sehingga ia dapat membentuk citra positif terhadap lembaga instansi tersebut	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif	Aktivitas Humas Polrestabes Makassar dalam membangun citra polisi baik di dalam intansi ataupun di luar instansi yakni humas berupaya memberikan informasi terkait kegiatan Polrestabes Makassar, mengoptimalkan pelayanan yang buruk terhadap kritikan publik dari segi internal dan eksternal agar terciptanya feedback yang berupa citra.
2.	Cut Desi Ruzaima h	Peran humas polda aceh dalam meningkatkan citra polisi	1. Mengetahui peran Humas di Polda Aceh dalam meningkatka n citra polisi. 2. Mengetahui hambatan dan peluang Humas Polda Aceh dalam meningkatka n citra polisi.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif Deskriptif	peran Humas di Polda Aceh dalam meningkatkan citra polisi terdiri atas dua bagian yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu 1) meningkatkan citra dalam kelembagaan kepolisian itu sendiri melalui menyelenggaraka n kegiatan penerangan

					umum, menyelenggarakan penerangan satuan, produksi bahan penerangan, dokumentasi dan penelitian dan menciptakan opini publik yang positif dan menguntungkan. 2) Sementara peran dalam meningkatkan citra kepolisian dalam masyarakat umum dilakukan dengan kegiatan dan langkah manajemen strategis, pejabat yang professional, mampu mengelola isu, mengelola media, mengunggah prestasi polisi yang positif dan mengontrol opini public serta figure ketokohan polisi

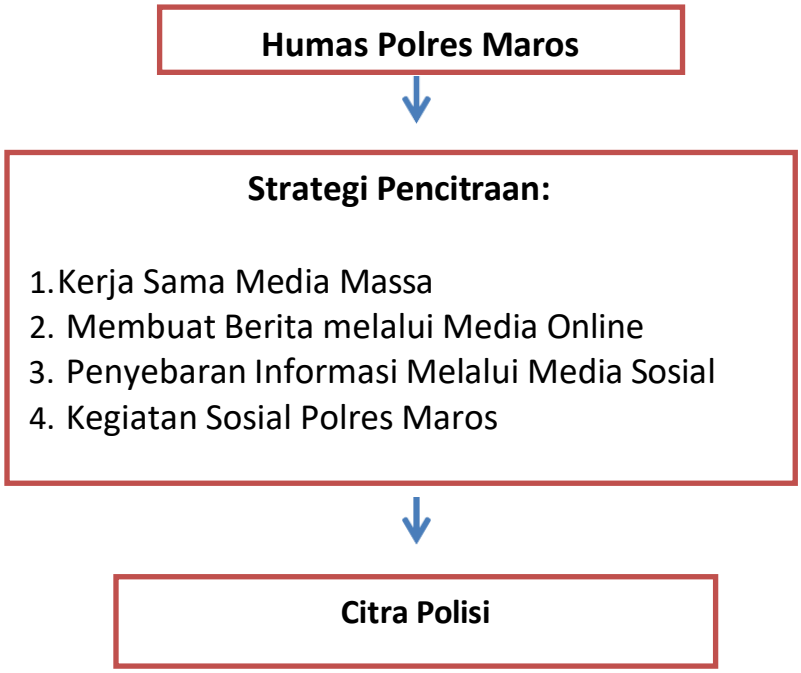
3.	Wahyu Rinaldi	Upaya humas dalam membangun citra positif di polsek vii koto ilir kabupaten tebo	Mengetahui Aktivitas Humas Polsek VII Koto Ilir Kabupaten Tebo dalam Membangun Citra Positif di Polsek VII Koto Ilir Kabupaten Tebo.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif Deskriptif	Aktifitas yang diterapkan dalam membentuk citra positif guna membentuk kecintaan dan kepercayaan masyarakat kepada institusi Polsek yaitu dengan: melakukan peliputan dan mempublikasikan melalui media internal yang dimiliki humas Polda itu sendiri, melakukan kerjasama dengan media-media yang ada di VII Koto Ilir Tebo, serta mampu memberikan informasi- informasi kepada masyarakat VII Koto Ilir. Kegiatan/aktifitas humas Polsek VII Koto Ilir adalah memberikan informasi atau berita kepada masyarakat melalui media sosial dengan akun-akun yang telah dibuat oleh Polsek itu sendiri.

Tabel 2.6 Tinjauan Empirik

2.10 Kerangka Pikir

Kerangka berfikir menurut Sugiyono (2016:91) mengemukakan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir menjadi alur piker yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam rangka pemikiran ini peneliti ingin menggambarkan Strategi Humas Polres Maros Dalam Menjaga Citra Baik Polisi kemudian dikaitkan dengan teori strategi humas atau public relations menurut (Ardianto,2015:89-90) yaitu Fact Finding, Planning, Communication dan Evaluation. Yang nantinya akan menjawab bagaimana strategi yang dilakukan humas Polres Maros dalam mempertahankan citranya di masyarakat.



Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran

2.11 Definisi Operasional

Menurut Koentjaningrat (2015:157), definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberikan pengertian tentang cara mengubah konsep-konsep berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku gejala yang dapat diamati dan diuji serta ditentukan kebenaran oleh orang lain. untuk memperjelas variable yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mencantumkan definisi operasional sebagai berikut :

1. Humas Polres Maros

   Divisi Hubungan Masyarakat Kepolisian Republik Indonesia disingkat DivHumas Polri adalah salah satu unsur pengawas dan pembantu pimpinan di bidang Hubungan Masyarakat pada tingkat Mabes Polri. Seksi humas (hubungan masyarakat) Maros bertugas melaksanakan kegiatan hubungan masyarakat, memproduksi, mengolah informasi, penyajian data dan dokumentasi kegiatan polres yang dapat di akses oleh masyarakat. Terdapat 4 jabatan yang ada di divisi Humas Polres Maros yaitu Kepala seksi humas (Kasi Humas), Subseksi pengolahan informasi dan dokumentasi (Kasubsi Pidm), Subseksi penerangan masyarakat (Kasubsi Penmas) dan Urusan administrasi.

2. Kerjasama Media Massa

   Kepolisian Kinerja Polri yang bermuara pada keberhasilan dalam menjalankan tugas tak terlepas dari kontribusi serta peran media (pers). Di satu sisi, kebutuhan masyarakat atau publik untuk mendapatkan informasi yang kredibel, akurat dan terverifikasi juga tercermin dalam penyajian berita yang professional, andal dan dapat dipertanggung jawabkan. Maka, sinergitas antara Polri dan Media (insan pers) menjadi sebuah keniscayaan yang harusnya hadir sejak dini.

Humas Polres Maros menjalin komunikasi yang baik, efektif, soliditas yang tangguh antara insan pers dan Polri yang dipercaya akan mewujudkan visi dan konsep „Presisi" yang didengungkan Kapolri Jendral (Pol) Listyo Sigit Prabowo. Presisi yang bermakna prediktif, responsibilitas, transparansi , berkeadilan akan membuat pelayanan Polri lebih terintegarsi, modern, mudah dan cepat. Konsep ini selanjutnya diejahwantahkan dalam transformasi Polri yang Presisi.

3. Membuat berita melalui Media Online

Humas Polres Maros memiliki Portal media online yang bisa dibuka melalui website https://polresmaros.com/ diportal tersebut Humas Polres Maros membuat berita dan Informasi terkait kejadian yang terjadi di daerah Maros maupun diluar Maros yang berkaitan dengan Polres Maros. Portal tersebut juga memudahkan masyarakat untuk mengetahui berita terbaru yang terjadi karena berita tersebut selalu update dan berita tersebutlah yang membuat citra Polres Maros semakin baik.

4. Penyebaran informasi melalui Media Sosial

Selain portal media online, humas Polres Maros juga menyebarkan informasi dan berita melalui media sosial seperti Instagram @polres_maros_presisi , Facebook @Polres Maros, Youtube @Humas Polres Maros. Media sosial tersebut bertujuan untuk mengupdate berita atau program yang dilaksanakan oleh Polres Maros selain itu memudahkan pelayanan bagi masyarakat yang ingin mengadukan suatu kejadian, maupun keperluan lain nya, Media sosial Humas Polres Maros juga memudahkan masyarakat untuk mengetahui pelayanan yang ada di Polres Maros seperti Call Center daerah Maros dan sekitarnya, Biaya sim, hingga Call Center para Pejabat/Perwira Polres Maros.

5. Kegiatan Sosial Polres Maros

Polres Maros memiliki berbagai macam kegiatan sosial bersama masyarakat Maros dengan tujuan lebih dekat dengan masyarakat dan mendegarkan aspirasi masyarakat ,kegiatan ini sudah berlangsung lama sejak berdirinya polres maros akan tetapi nama program tersebut di kemas pada bulan Desember 2022 dan telah berjalan hingga sekarang dan mendapatkan feedback yang baik dari Masyarakat. Programnya Seperti Jumat Curhat, Paduka (Polisi Anda Turut Berduka),Mabbarakka,Pamase.

6. Citra Polisi

Sesuatu yang di tampilkan atau dilakukan oleh seorang polisi kepada masyarakat lalu dipublikasikan masih ada saja orang yang menyebut apa yang terjadi adalah sebuah pencitraan,baik pencitraan untuk Kapolri maupun pencitraan bagi Institusi Polri. Apalagi, hal tersebut dilakukan di saat menurunnya kepercayaan publik pada polri hingga hingga mencapai angka yang terendah, menyusul berbagai kasus yang dilakukan personel Polri, seperti kasus Ferdi Sambo yang membuat kredibilitas Polri di mata masyarakat menjadi amat berkurang. Mereka menganggap bahwa apa yang dilakukan sekedar upaya Polri untuk menaikkan citra mereka saja.

Tentu, mereka tak paham makna peningkatan semangat dan kerjasama yang erat dalam perhelatan yang memiliki stressor tinggi bagi anggota di lapangan. Jadi, sah sah saja kalo pencitraan itu adalah feedback dari tampilan yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lainnya. Jadi, tidak salah juga jika seseorang atau sebuah institusi menampilkan sesuatu yang baik-baik kepada publik, agar pencitraannya di anggap baik juga oleh publik. Hanya saja, banyak orang yang tidak paham, bahwa citra tidak dapat dibentuk atau ditentukan dalam satu hari atau satu kesempatan tertentu. Pencitraan adalah proses yang memerlukan waktu dan konsistensi. Selain

itu, pencitraan yang baik, memang bukan sekedar lipstik belaka, tapi memang perwujudan dri apa yang dilakukan dengan sebenar benarnya. Polri tentu amat sadar,tidak ada pencitraan yang instan. Bagi polri, mereka memang masih tetap perlu kerja keras dan kerja cerdas, untuk terus memperbaiki citra mereka di tengah masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian dalam suatu penelitian bertujuan untuk mendapatkan data yang valid. tanpa menggunakan suatu metode, maka seorang peneliti akan kesultan untuk menemukan, merumuskan, dan memecahkan suatu permasalahan dalam mengungkapkan kebenaran. Metode dapat memberikan pedoman untuk menganilisis, mempelajari, dan memahami keadaan-keadaan yang dihadapi. sehingga penelitian ini akan disebut ilmiah dan dipercaya kebenarannya apabila disusun dengan metode yang tepat. Sistem dan metode yang dipergunakan untuk memperoleh informasi atau bahan materi suatu pengetahuan ilmiah yang disebut dengan metodologi ilmiah. Pada sisi lain dalam kegiatan untuk mencari informasi tersebut dengan tujuan untuk menemukan hal- hal yang baru merupakan suatu prinsip-prinsip tertentu atau solusi (pemecahan masalah) tersebut disebut dengan penelitian.

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, Bogdan & Biklen, S. (1992 : 21-22) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistic.

Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis strategi Humas Polres Maros dalam menjaga citra baik polisi yang di mana sumber datanya diperoleh melalui observasi wawancara terhadap objek yang akan diteliti sekaligus menggambarkan, serta menguraikan pokok permasalahan yang akan dibahas dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.2 Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti menjadi hal yang penting karena dalam penelitian kualitatif sendiri atau bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama. Peneliti adalah kunci utama dalam mengungkapkan makna dan sekaligus sebagai alat pengumpul data. Oleh sebab itu peneliti juga harus terlibat dalam kehidupan orang-orang yang diteliti sampai pada tingkat keterbukaan antara kedua belah pihak. Karenanya dalam penelitian ini, seorang peneliti harus turun langsung ke lapangan untuk mengamati dan mengumpulkan data yang dibutuhkan.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Polres Maros yang beralamat di Jl. Jend. Ahmad Yani No.02, Turikale, Kec. Turikale, Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan 90511. Adapun waktu penelitian ini dimulai pada bulan November tahun 2022 hingga Mei tahun 2023.

3.4 Sumber Data

Dilihat dari sudut ilmu sistem informasi data adalah suatu fakta dan angka yang secara relative belum dapat dimanfaatkan bagi pemakai. Oleh karena itu data, harus di transformasikan terlebuh dahulu. Hal ini agar dapat mempermudah penelitian. Adapun sumber data terbagi dua yaitu :

1. Data Primer

Data primer diperoleh dari hasil wawancara mengenai strategi Humas Polres Maros yang dilakukan oleh saya kepada Kasubsi Penmas SiHumas Polres Maros di lokasi penelitian melalui wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder mengenai company profile, visi dan misi instansi , jenis pelayanan , hambatan dan strategi humas Polres Maros yang diperoleh melalui informasi yang berasal dari laporan-laporan Instansi, website resmi Instansi, studi Pustaka, internet dan literatur yang relevan.

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah seluruh pihak yang dapat memberikan informasi mengenai strategi Humas Polres Maros Adapun yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.4 Daftar Nama Informan

NO	Nama	Jabatan
1.	IPTU AMRAN ADAM	KEPALA SEKSI HUMAS (KASI HUMAS)
2.	IPDA WAHIDIN	KASUBSI PENMAS
3.	AIPTU JAELANI	KASUBSI PIDM
4.	BRIPTU ASWAN HIDAYAT	ADMINISTRASI

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah peneliti menentukan siapa saja yang akan menjadi informan, karena hal ini perlu dilakukan peneliti menentukan siapa saja yang memiliki informasi yang benar mengenai penelitian ini. Kemudian, tahap selanjutnya peneliti melakukan penyesuaian diri, memahami dan mendalami kepribadian serta karakter informan, tahap ini dilakukan agar informan dapat memberikan informasi sesuai dengan diharapkan oleh peneliti yaitu mendapatkan informasi secara jelas dan valid. Adapaun instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Wawancara

   Melakukan wawancara mendalam adalah wawancara tanpa alternatif pilihan jawaban dan dilakukan untuk mengetahui informasi yang diberikan informan karena pewawancara harus mendalami informasi dari informan. Wawancara mendalam harus dilakukan untuk menguji atau mengkonfirmasi informasi.

   Dalam masalah ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan Kasubsi Penmas SiHumas sehingga peneliti mendapatkan data yang sebenar-benarnya.

2. Dokumentasi

   Dokumentasi menurut sugiyono (Faradilla, 2021:35) adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar dalam bentuk laporan dan informasi yang dapat mendukung penelitian.Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dan kemudian diverifikasi. Dokumentasi yang dibuat oleh penulis adalah segala bentuk dokumentasi tertulis atau tidak tertulis yang dapat digunakan untuk dapat melengkapi data-data lainnya.

   Uraian di atas menunjukkan bahwa metode dokumentasi adalah

pengumpulan data dengan menelaah catatan penting yang berkaitan erat dengan subjek penelitian. Tujuan dari metode penelitian ini untuk mendapatkan data secara jelas dan spesifik mengenai strategi Humas Polres Maros dalam menjaga citra baik polisi.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-memilihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensitetiskannya, mencari dan menemukan pola. Menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Teknik deskriptif kualitatif yaitu data yang berhubungan dengan nilai atau kesan. Adapun Teknik analisis data yaitu memiliki langkah-langkah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama penelitian ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, komleks dan rumit. untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Data yang akan diperoleh nantinya dari hasil wawancara dan dokumentasi merupakan masih data mentah dari lokasi penelitian (lapangan). Untuk itu nantinya perlu dilakukan pemilihan data yang relevan atau baik untuk disajikan dan dapat menjawab segala pertanyaan yang ada. Setelah melakukan pemilihan data, selanjutnya data disederhanakan dengan mengambil inti sari atau data pokok dan benar-benar yang diperlukan dalam menjawab permasalahan yang akan diteliti.

b. Penyajian Data

Data yang disusun dari hasil reduksi data kemudian nantinya akan disajikan dalam bentuk narasi deskripsi. Data yang akan disajikan merupakan data yang dapat digunakan untuk menjawab permasalahan yang akan diteliti. Setekah itu, data akan disajikan secara rinci maka langkah selanjutnya adalah membahas data yang disajikan tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Data yang telah disajikan akan dibahas secara rinci dan kemudian data tersebut dapat diambil kesimpulannya. Kesimpulan dari data tersebut digunakan sebagai jawaban dari permasalahan yang akan diteliti. Penarikan kesimpulan (*verification*) merupakan proses pemutusan makna dari hasil penelitian yang diungkpakan dengan kalimat yang singkat, padat dan mudah dipahami, serta dilakukan dengan cara berulangkali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan itu, khususnya berkaitan dengan relevansi dan konsistensinya terhadap judul, tujuan dan perumusan masalah yang ada. Menurut Miles dan Huberman, kuntuk Langkah ketiga ini kita mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi.

3.7 Pengecekan Validitas Data

Diperlukan validitas data dalam penelitian kualitatif karena penelitian tersebut harus mengungkapkan kebenaran yang objektif. Melalui keabsahan data kredibilitas atau kepercayaan penelitian kualitatif dapat tercapai. Kegiatan ini diperlukan untuk mendapatkan data dan informasi yang valid agar hasil penelitian mampu dipertanggungjawabkan dari segala sisi. Dalam penelitian ini agar dapat menvaliditasi data dilakukan teknik triangulasi.

Triangulasi merupakan Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

Triangulasi sumber merupakan Teknik menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang sudah diperoleh dari beberapa sumber. Triangulasi sumber didapat dengan cara membandingkan data dari hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan dengan apa yang dilakukan orang didepan umum dan secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang mengenai situasi penelitian yang dilakukan sepanjang waktu dan membandingkan pandangan keadaan masyarakat biasa dengan orang berpendidikan dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan.

3.8 Tahap-Tahap Penelitian

Pada tahap ini peneliti melakukan tiga tahapan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Pra-Lapangan

1. Menyusun rancangan
2. Memilih lapangan
3. Mengurus perizinan
4. Menjajagi dan menilai keadaan
5. Memilih dan memanfaatkan informan

b. Lapangan

1. Memahami dan memasuki lapangan
2. Pengumpulan data

c. Pengolahan data

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Analisis data
4. Penarikan kesimpulan dan verifikasi
5. Meningkatkan keabsahan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Humas Polres Maros

Humas Polri secara resmi terlahir dengan sebutan nama dispenpot (Dinas Penerangan Polri) pada tanggal 30 Oktober 1951 No.65/IV.1951. Hal ini berdasarkan order Kepolisian Negara Pertama Jenderal R.S .Soekanto Tjokrodiatmojo (7 Juni 1908- 25 Agustus 1993) adalah Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia (Kapolri dulu bernama Kepala Djawatan Kepolisian Negara)

Pada Tahun 2021, Dispenpol berganti nama menjadi Puspenpol (Pusat Penerangan Polri) kemudian pada tahun 2022 berganti menjadi Badan Humas Polri .Kemudian berganti nama lagi pada tahun 2005 menjadi Divisi Humas Polri sampai dengan sekarang dan memiliki motto yaitu “Melayani Masyarakat adalah Kebanggaan kami “

Divisi Humas Polri terdiri dari 3 Biro di dalamnya, Yaitu :

1. Subseksi Pengolahan Informasi, Dokumentasi dan Multimedia (Kasubsi Pidm)
2. Subseksi Penerangan Masyarakat (Kasubsi Penmas)
3. Urusan Administrasi

4.1.1 Visi dan Misi Humas Polres Maros

A. Visi

Mewujudkan lingkungan masyarakat Maros yang Aman, Tertib dan Kondusif

B. Misi

1. Meningkatkan kegiatan pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat di wilayah Maros

2. Meningkatkan pelayanan,perlindungan dan pengayoman masyarakat di wilayah Maros
3. Melaksanakan penegakkan hukum terhadap segala bentuk tindak pidana maupun pelanggaran yang terjadi di wilayah Maros

4.1.2 Logo Humas Polres Maros

Gambar 4.1.2 Logo Humas Polri

1. Lingkaran dalam 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
2. Tiga buah bintang segi lima berwarna emas
   - Bintang Segi Lima menunjukkan : Kelima sila “Pancasila”" dan sebagai dasar NKRI
   - Tiga bintang berwarna emas : Melambangkan Humas Polri dalam melaksanakan tugas berpedoman kepada “Tribata” secara tulus dan ikhlas.
3. Lidah Api berwarna merah

   Melambangkan bahwa “Catur Prasetya” dijadikan sebagai pedoman kerja dalam bidang kehumasan.

4. Satu obor, 7 sinar obor berwarna orange

   Melambangkan hari Bhayangkara tanggal 1 Juli 1946

5. Enam sinar api berwarna Kuning
   - Melambangkan kegiatan fungsi humas polri dalam rangka membentuk opini positif untuk menciptakan citra polisi yang baik.
   - membuat perencanaan kegiatan humas polri dalam upaya mencapai tujuan organisasi
   - Menyelenggarakan kerjasama dengan media massa dengan menginformasikan dan mengkomunikasikan serta mempublikasikan keberhasilan kinerja polri
   - Menjalin kemitraan dengan instansi terkait, LSM,Cendikiawan,Orpol,Ormas
   - Memberikan informasi dan penerangan terhadap personil polri
   - Menganalisa dan mengevaluasi informasi, berita media massa serta opini yang berkembang dimasyarakat
   - Mendokumentasikan kegiatan polri baik kegiatan operasional maupun pembinaan dalm bentuk foto dan CD
6. 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 khusunya yang menyangkut bidang budaya dan patuh hukum

7. Garis tengah berwarna hitam

   - Melambangkan garis khatulistiwa dimana letak negara kesatuan republic Indonesia
   - Indonesia sebagai negara kepulauan yang terletak diantara 2 benua dan 2 samudra merupakan letak negara yang strategis

8. 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
   - Melambangkan disamping memberikan penyuluhan dan penerangan juga bermakna penyadaran hati nurani masyarakat agar selalu sadar dan patuh hukum guna menciptakan kondisi Kamtibmas yang mantap

9. Tameng berwarna hitam

   Melambangkan pengabdian humas polri dalam memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat melalui informasi dan publikasi yang objektif

10. Tulisan “HUMAS POLRI” berwarna kuning

    Melambangkan keagungan fungsi humas polri yang sangat diperlukan dalam memasyarakatkan kinerja polri

11. Pita Kuning Keemasan

    Melambangkan integritas berdasarkan norma,etika,dan estetika dalam melaksanakan tugas menyampaikan berita 10.1951 kuning

keemasan Melambangkan hari lahirnya fungsi kehumasan Kepolisian Negara Republik Indonesia

12. Lingkaran luar kuning keemasan dan palang

    Melambangkan siap menjadi garda terdepan dalam menjaga dan melindungi Negara Kesatuan Republik Indonesia

4.1.3 Tugas Divisi Humas Polres Maros

a. Menyampaikan informasi dari Internal organisasi dan sebaliknya.
b. Menyelenggarakan fungsi kemitraan dan penerangan masyarakat dalam mendukung pelaksanaan penyampaian informasi baik internal polri maupun masyarakat umum.
c. Membina,mengolah dan menyajikan data, dokumentasi dan informasi dalam mendukung penyampaian informasi baik internal polri maupun eksternal polri.

4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bab ini akan menguraikan hasil penelitian dan pembahasan yang telah didapatkan melalui wawancara dan dokumentasi. wawancara mendalam dilakukan kepada 3 orang informan yaitu Kasi Humas, Kasubsi Pidm, Kasubsi Penmas . Informan dalam hal ini dianggap mampu memberikan segala informasi yang benar sesuai keadaan dalam merencanakan dan melakukan strategi humas polres Maros karena itu merupakan tugas dan tanggung jawab dari bagian Divisi Humas Polre Maros meningkatkan kepercayaan dan citra polisi. selain itu juga wawancara dilakukan bersama masyarakat untuk mengetahui fakta tentang citra polres Maros yang sebenarnya.

4.2.1 Kerjasama Media Massa

Menjalin dan menjaga relasi dengan media adalah cara yang berhasil untuk membangun, menjaga, dan memajukan citra atau reputasi polisi di mata masyarakat. *Media relations* sangat penting artinya sebagai bentuk komunikasi dan perantara antara suatu instansi dengan publiknya.

Media bisa digunakan untuk membangun citra positif instansi di mata public,Media bisa dimanfaatkan sebagai alat promosi instansi, Media dianggap mempunyai peran sebagai perpanjangan tangan untuk berdialog dengan publik, sehingga publik bisa mengenal kegiatan instansi, Media diukur bisa menolong instansi dalam menosialisasikan kebijakan terhadap masyarakat luas,Instansi bisa lebih diketahui (menjadi terkenal) di mata publik bila diberitakan oleh media,dsb. Tentunya, dalam kaitan ini, instansi seharusnya memperlihatkan suatu reputasi supaya bisa dipercaya media. Contohnya selalu menyiapkan bahan-bahan informasi akurat di mana dan kapan saja diminta. Ini bisa dilakukan lembaga dengan menyuplai informasi yang baik.

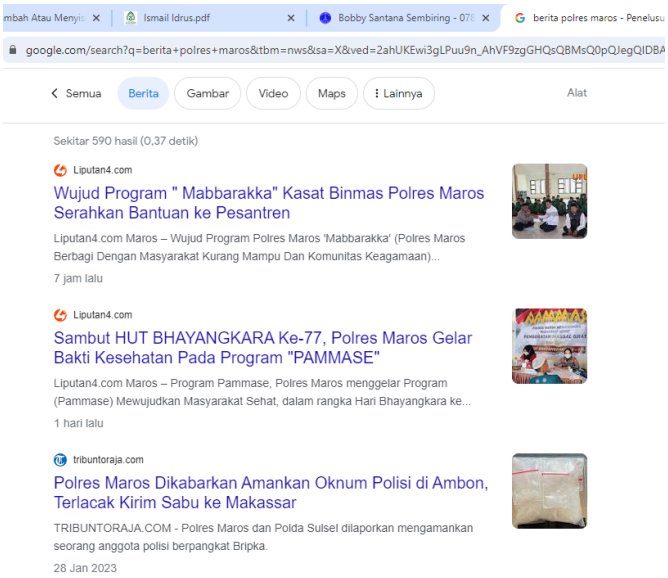
Berartinya *media* relations bagi sebuah organisasi tak terlepas dari “kekuatan” media massa yang tidak cuman sanggup menyajikan pesan terhadap banyak khalayak, tetapi lebih dari itu, media sebagaimana konsep dasar yang diusungnya mempunyai fungsi mengajar, memengaruhi memantau, menginfokan, menghibur, memobilisasi, dsb.

“ kami bekerja sama dengan wartawan dari media manapun tidak ada pemaksaan mereka membuat berita sesuai yang mereka lihat, kalaupun salah kami biasa menegur hanya bagian kesalahan pada nama atau jabatan polri disini. “ ujar Aiptu Jaelani (Kasubsi Pidm).

4.2.2 Membuat Berita Melalui Media Online

Polres Maros merupakan salah satu instansi yang memiliki banyak informasi penting di dalam nya Namun, Informasi yang di miliki Polres Maros belum banyak yang mengetahuinya. Salah satu cara untuk meningkatkan citra positif Polres Maros adalah melalui media sosial yang berkualitas. Melalui media sosial, polisi dapat membuat berita di seluruh media online yang dapat di jangkau seluruh masyarakat seperti Facebook, Instagram, Google, Youtube dan lain-lain.

Pemanfaatan media online yang berkualitas dapat memberikan banyak manfaat untuk meningkatkan citra positif kepolisian di mata seluruh masyarakat. Dengan menggunakan media online dengan tepat dan cerdas, kita dapat membuat berita tentang musibah yang sedang terjadi, peringatan untuk berhati hati dalam berkendara dan lain-lain, berita tentang kemacetan, berita tentang kegiatan kepolisian, dan juga berita tentang kejahatan criminal yang sedang terjadi agar masyarakat bisa lebih berhati hati.. Di samping itu, penggunaan media sosial juga dapat membantu menyebarluaskan informasi yang akurat dan terpercaya tentang kepolisian kepada masyarakat global.



Gambar 4.2.2 Membuat berita melalui media massa

4.2.3 Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial

Media sosial kian digemari anak muda. Cukup bermodalkan ponsel berbasis internet yang mudah dibawa ke mana saja, informasi jadi lebih mudah dicari dan didapatkan.Maka tak heran, media sosial sangat berperan bagi generasi milenial untuk mencari informasi bukan hanya anak muda kini para orangtua pun banyak yang modern berpindah menggunakan android agar bisa membuka internet dan menggunakan media sosial.

Media sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas. Sejak awal dibangun, sosial media diperuntukkan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi dan ide di komunitas dan jejaring virtual. Sosial media dalam hal ini meliputi blog, jejaring sosial, forum, dan dunia visual. Produksi informasi dan berita saat ini bukan lagi eksklusif hanya dilakukan oleh penerbit berita besar. Saat ini siapa pun bisa menjadi pembuat berita dan memberikan dampak kepada orang banyak. Begitupun dengan konsumsi informasi yang dapat dengan bebas dinikmati siapa saja

melalui media digital.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik terkait penyampaian informasi di dunia digital. Beberapa karakteristik tersebut diantaranya pesan yang disampaikan bersifat umum dan ditujukan untuk banyak orang. Isi pesan yang disampaikan bersifat bebas, Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat menyebar dibanding media lainnya. Kekuatan yang pada media sosial inilah yang sesuai sebagai media alternatif penyebaran informasi selain media konfensional seperti brosur, leaflet, dan komunikasi tatap muka.“ Kami membuat media sosial Polres Maros seperti Facebook, Instagram, dll untuk memudahkan masyarakat mendapatkan informasi mengenai kepolisian, program program yang kami laksakan juga kami posting dimedia sosial, selain itu juga media sosial Instagram kami memasukkan info mengenai biaya Skck, Sim dan pelayanan lain nya. Media sosial yang kami buat juga berfungsi agar masyarakat yang ingin mengadukan atau bertanya bisa menghubungi media sosial kami “ Ujar Ipda Wahidin (Kasubsi Penmas).

Gambar 4.2.3 Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial

4.2.4 Kegiatan Sosial Polres Maros

Pada hakikatnya, manusia adalah makhluk sosial, ketika berada di lingkungan sosial maka mereka akan melakukan perannya masing-masing. Peran ini sesuai dengan kemauan dan kemampuan yang dimiliki, kegiatan sosial biasanya akan melibatkan banyak orang dan semata-mata bukan untuk kepentingan pribadi.

Tujuan yang lain dari pendidikan karakter adalah untuk membentuk bangsa yang tangguh, kompetitif, berakhlak mulia, bermoral, bertoleran, bergotong-royong, berjiwa patriotik, berkembang dinamis, berorientasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang semuanya dijiwai oleh iman dan takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu membangun citra polres maros yang baik di mata masyarakat. Dalam kepedulian sosial, manusia diharapkan mampu mengembangkan sikap dan tindakan yang selalu ingin memberi bantuan kepada orang lain. Karakter peduli sosial ini dibutuhkan masyarakat sebagai bekal untuk hidup di lingkungan sosialnya, sedangkan unsur sosial yang terpenting yaitu interaksi di antara manusia.

Semua nilai-nilai tentang kepedulian sosial kita dapatkan melalui lingkungan. Kepedulian sosial yang dimaksud bukanlah untuk mencampuri urusan orang lain, tetapi lebih kepada membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi orang lain dengan tujuan kebaikan dan perdamaian. Nilai-nilai yang tertanam itulah yang nanti akan menjadi suara hati kita untuk selalu membantu dan menjaga sesama.

Berjiwa sosial dan senang membantu merupakan sebuah ajaran yang universal dan dianjurkan oleh semua agama. Meski begitu, kepekaan untuk melakukan semua itu tidak bisa tumbuh begitu saja pada diri setiap orang karena membutuhkan proses melatih dan mendidik. Memiliki jiwa peduli terhadap sesama sangat penting bagi setiap orang karena kita tidak bisa hidup sendirian di dunia ini maka dari itu Polres Maros mempunyai beberapa

Program kegiatan sosial sebagai berikut yang di sampaikan oleh Jajaran Humas Polres Maros : ”Sejak adanya polisi kami sudah turun tangan langsung mengayomi masyarakat, mengadakan bakti sosial dan lain-lain hanya saja nama program tersebut di kemas pada bulan Desember 2022 karena semakin modern zaman maka terciptalah nama nama program seperti itu “ Ujar Iptu Amran Adam (Kasi Humas).

A. Jumat Curhat

Kegiatan ini sebagai sarana silaturrahmi dan sebagai wujud interaksi secara langsung polri degan masyarakat tujuannya untuk mendengar aspirasi masyarakat yang berkaitan dengan keamanan, ataupun instansi yang terkait untuk dilakukan perbaikan kedepannya.

“ Jumat curhat ini dilakukan pada hari jumat yah bukan sholal jumat dan bukan hanya di masjid saja karena ini bukan hanya untuk orang islam tapi seluruh masyarakat kadang kita menggunakan 1 rumah warga dan mengumpulkan warga serta bertukar pikiran tetang keluhan atau laporan-laporan masyarakat “ ujar Iptu Amran Adam (Kasi Humas)

Gambar 4.2.4 (A) Kegiatan Jumat Curhat

B. Paduka (Polisi Anda Turut Berduka).

Kegiatan ini merupakan wujud kepedulian sosial dan empati terhadap warga yang mengalami kedukaan.

” Kita polisi disini ketika mendengar kabar berita duka dari masyarakat langsung kita turun beramai ramai kerumah orang yang berduka untuk membantu proses pemakaman hingga selesai “ Ujar Ipda Wahidin Kasubsi Penmas.

Gambar 4.2.4 (B) Kegiatan Paduka

C. Mabbarakka (dalam bahasa bugis/Makassar artinya mendapat berkah dari allah SWT)

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan bantuan kepada warga yang kurang mampu maupun warga yang sedang mengalami bencana seperti Terdampak bencana angin puting beliung.

“ Kegiatan ini adalah bentuk kepedulian Polisi terhadap masyarakat kita biasa membagikan bantuan atau sembako kepada masyarakat yang

tidak mampu, selain itu kepada masyarakat yang terkena musibah bencana kebanjiran, kebakaran, terkena dampak angina putting beliun kemarin. Kami juga memberikan sumbangan ke seluruh panti asuhan yang ada di Maros Sini.

Gambar 4.2.4 (C) Kegiatan Mabbarakka

D. Pammase

Kegiatan ini bertujuan untuk mewujudkan Masyarakat Sehat, Adapun bentuk Kegiatan Bhakti Kesehatan berupa Pemeriksaan Kesehatan, Konsultasi dan Pengobatan Gratis dengan sasaran warga Kabupaten Maros

.Kegiatan Program ” Pammase” merupakan kegiatan Rutin Polres Maros yang di laksanakan sekali sebulan yang di Inisiasi oleh Kapolres Maros AKBP Awaludin Amin S.I.K., sebagai wujud Kepedulian Sosial kepada Warga Maros.

“ Bukan hanya Pemeriksaan gratis, kami juga mendampingin serta memperhatikan anak anak yang terkena stunting, kita perhatikan gizinya, bahkan penunggakan BPJS kami bantu melunasinya “ Ujar Iptu Amran Adam (Kasi Humas).

Gambar 4.2.4 (D) Kegiatan Pammase

4.3 Hambatan Humas Polres Maros Dalam Menjaga Citra Polisi

1. Kurangnya personil Humas Polres Maros

Kurangnya personil humas maros mengakibatkan banyaknya pekerjaan yang harus dibuat polisi karena pekerjaan nya yang bertambah sehingga tidak fokus dan kadang terlambat.

“ Seperti waktu adek datang tidak ada orang di kantor, kadang juga ade menunggu lama padahal sudah janjian 1 jam lalu karena banyak pekerjaan yang harus diliput tiba tiba dan personilnya kurang sehingga saya harus turun tangan sendiri. “ Ujar Ipda Wahidin (Kasubsi Penmas)

2. Kurangnya Sarana dan Prasaran Humas Polres Maros

Salah satu permasalahan humas polres maros yang terjadi adalah masalah sarana dan prasarana. Menurut KBBI Sarana adalah sesuatu yang dipergunakan untuk mencapai tujuan. Sebagi contoh seperti kamera , media dan alat perekam. Sedangkan prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses seperti lokasi, bangunan , lapangan.

Sarana dan prasarana menjadi faktor yang sangat diperlukan dalam menunjang proses multimedia humas agar dapat memudahkan proses

humas dalam menunjang pekerjaan. “ Seperti Drone alat yang canggih, kami tidak punya sehingga kadang foto atau video kami masih ketinggalan jaman dan kadang membosankan untuk dilihat masyarakat. Personil yang kurang mengetahui membuat video yang bagus juga itu hambatan “ ujar Ipda Wahidin (Kasubsi Penmas Humas)

3. Berita Hoax

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, Hoax adalah berita bohong. Dalam Oxford English dictionary hoax didefinisikan sebagai *malicious deception* atau kebohongan yang dibuat dengan tujuan jahat.

Berita palsu atau hoax yang saat ini menjadi fenomena memunculkan kekhawatiran disetiap kalangan. Banyaknya efek yang terjadi akibat dari berita hoax tersebut kemudian menimbulkan keresahan di masyarakat. Banyak faktor pendukung tersebarnya berita hoax pun menyebabkan semakin parahnya berita hoax yang diterima masyarakat.

Akibatnya berita hoax membuat masyarakat menjadi curiga dan bahkan membenci kelompok tertentu, menyusahkan atau bahkan menyakiti secara fisik orang yang tidak bersalah, memberikan informasi yang salah kepada pembuat kebijaksanaan, kepercayaan terhadap berita hoax kemudaian menjadikan masyarakat tidak cerdik dalam menerima berita tanpa memeriksa kebenarannya terlebih dahulu. Tujuan dari penyebaran berita hoax adalah membuat kekacauan, kegelisahan, rasa benci, dan bahkan juga rasa ketakutan bagi pembacanya. Dampaknya bahkan luar biasa bisa berupa dampak ekonomi, politik , keamanan dan yang lebih parahnya lagi bisa mengancam keutuhan negara.

“ Hambatan nya biasa berita hoax juga, kita polisi kadang kesusahan kalau ada berita hoax karna masyarakat hanya mendegar dan melihat

berita tersebut tanpa konfirmasi dengan kita apakah itu betul atau tidak. Jadi namanya kita yang jelek. Kadang juga mereka lihat berita hoax trus ikuti ujungnya kami yang harus turun tangan karena kasihan lihat mereka yang kena penipuan dan lain lain " ujar Ipda Amran (Kasi Humas)

4. Tidak semua orang menggunakan Android dan mengakses internet

Media sosial dapat menjadi sumber informasi yang lebih mudah dan cepat didapatkan karena mudah diakses oleh para penggunanya, dan tidak memiliki keterbatasan dalam pengaksesan dalam artian, semua orang dapat mengakses media sosial asalkan ada medianya (telepon genggam/laptop/komputer) dan ada sinyal internet.

Adanya kemajuan Iptek serta merta memajukan teknologi dan informasi lebih cepat di terima khalayak luas. Masyarakat Indonesia cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi yang paling mudah di akses. Media sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bago masyarakat luas. Sejak awal dibangun, media sosial diperuntukkan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpafrtisipasi, berbagi, dan bertukar informasi di jenjang sosial.

" hambatan nya juga karna kadang masih ada masyarakat yang tidak punyan hp dan tidak mengakses internet makanya tidak tau informasi mengenai kepolisian, sedangkan kebanyakan informasi tentang kepolisian di posting di media sosial. Ujar Ipda Wahidin (Kasubsi Penmas)

Dari sini kita sudah bisa lihat bahwa citra polisi sudah mulai baik dan di pertahankan melalui program yang dibuat oleh Polres Maros. Pandangan citra merupakan tujuan dari pihak humas, humas bertujuan membangun citra pada instansi atau pun organisasi bagaimana membentuk citra yang positif terhadap masyarakat, hal ini berlandaskan

pada sebuah hal yang mendasara yakni informasi. Teori image Restoration merupakan upaya memperbaiki atau merespon citra dan reputasi yang buruk. Sehinggal landasan yang kontraks terhadap penelitian ini, humas secara sudut pandang dapat ditinjau atas hasil apa yang telah dilakukan, bagaimana menghadapi publik dalam situasi krisis masalah, apa yang dilakukan humas agar dapat mempertahankan citra tersebut.

Menurut teori tersebut, dengan adanya informasi yang di berikan terhadap publik akan membentuk citra yang positif, sehingga pergerakan humas dalam mengolah berita mendapatkan feedback respon berupa citra terhadap masyarakat. Teori Image Restoration didalam teorinya mengatakan “Mengidentifikasi isu apa saja yang diketahui publik persepsi dianggap lebih penting dari kejadiannya, yaitu sering kali persepsi dan opini yang berkembang membuat kasus membesar dari kejadian awal. Pemberitaan media yang sangat gencar bisa membentuk realitas sendiri yang bisa jauh lebih besar dari peristiwa aslinya”.

Hal tersebut berkaitan dengan adanya informasi, opini yang berkembang yang telah dijelaskan memperlebar suatu permasalahan, hal ini dikarenakan kurang aktualnya informasi, bagaimana mengolah informasi itu sehingga menciptkan permberitaan yang aktual dan faktual terhadap publik. Berita-berita yang kurang tepat untuk masyarakat akan berdampak pada citra yang dibangun, sehingga dari dapat merusak reputasi citra yang ada pada instansi atau organisasi. Tugas humas bagaimana mengolah informasi itu, mengekspose ke media menyebarluaskan infomasi, sehingga tidak adanya kekeliruan terhadap masyarakat. Humas dituntut untuk berpikir cerdas bagaimana

mendongkrak citra perusahaan, intansi atau pun lembaga, informasi yang dimanfaatkan untuk menciptakan opini publik sebagai landasan mendasar terhadap masyarakat. Sehingga terciptanya hubungan timbal balik berupa citra yang positif.

5. Keterbatasan Anggaran

Keterbatasan anggaran menjadi salah satu faktor yang sangat penting dan seringkali keterbatasan ini menyebabkan pelaksanaan suatu kegiatan kehumasan di Polres Maros menjadi terhambat. Jadi, keterbatasan dana atau anggaran ini juga menjadi kendala di institusi kepolisian khusunya di Polres Maros dalam menjalankan suatu kegiatan yang dilaksanakan, karena tidak semua kegiatan mempunyai dana sendiri. Maka jelas ini menunjukkan bahwa keterbatasan dukungan anggaran memberikan banyak pengaruh terhadap pelaksanaan kegiatan kehumasan di bidang Humas Polres Maros. Sehingga dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa peran humas di Polres Maros dalam meningkatkan citra kepolisian tidak lepas dari berbagai faktor yang ada, baik itu faktor pendukung maupun faktor penghambat, baik secara internal maupun eksternal. Meskipun demikian, upaya dalam meningkatkan citra positif di institusi kepolisian ditengah masyarkat yang sudah mengenal era digital terus dilakukan oleh bidang Humas Polres Maros, walaupun demikian Humas Polres Maros terus berbenah dalam meningkatkan peran dan pelayanannya untuk tetap menjaga kepercayaan masyarakat serta menjaga harkat martabat kepolisian khususnya Polres Maros.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan menggunakan teori Image Restoration dengan mengembalikan citra polisi yang buruk serta mempertahankan citra polisi dengan cara lebih dekat dengan masyarakat melalui program-program yang dibuat oleh Polres Maros. Selain itu bekerja sama dengan media massa untuk menyebarkan informasi mengenai polres maros, mengupdate dan menyebarkan berita terbaru,memberikan informasi pelayanan yang mudah melalui sosial media dan seluruh media massa agar memudahkan masyarakat mengetahui dan berkomunikasi dengan polisi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Humas Polres Maros sebaiknya hambatan yang terjadi segera diselesaikan agar citra polres maros bisa lebih baik lagi, selain itu Polres Maros agar tetap mempertahankan citra positifnya sehingga masyarakat tetap bisa mengaduh kepada polisi.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan agar dapat menemukan strategi Humas yang lebih efektif dalam mempertahankan citra positif polisi agar dapat menjadi referensi bagi Humas Polri lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Rahardjo,Satjipto.2009.*Membangun Polisi Sipil: Perspektif Hukum, Sosial, dan kemasyarakatan*.Jakarta.Gramedia Pustaka Utama

Raditia,Yudistira Sujanto.2019. Pengantar Public Relations Di Era 4.0. Yogyakarta.PT Pustaka Baru

Rahardjo,Satjipto.2009.Penegakan Hukum Suatu Tinjauan Sosiologis.Yogyakarta. Genta Publishing

Barata, Atep Adya. 2003. Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Jakarta.PT. Elex Media Komputind

Suprapto,Tommy.2009.Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi. Yogyakarta. Media Pressindo.

Krisyantono.2015.Public Relations, Issu & Crisis Management. Kencana

Wayan Supada. 2020. “Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi.” 1(86):21–24.

Burhan,Bungin.2011.Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi.Jakarta.Prenada Media Group

Ramadani,Thoriq.2020.Siapa Humas ? Mengenal Ujung Tombak Komunikasi .Jakarta.Bibliosmia Kaya Indonesia

Sihabudin,Ahmad.2017.KomunikasiAntarbudaya:SatuPerspektif Multidimensi.Jakarta. PT Bumi Aksara

ARTIKEL

Akbar Gumilng,Nanda. “Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan, Dan Contohnya"" www.gramedia.com. Diakses pada Sabtu 14 Januari 2023.https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/

Antara.(27 Agustus 2022). Citra Polri Harus Dibenahi, 6 Jurus Berikut Solusinya.Netralnews.com. Diakses pada 26 Februari 2023 . dari https://www.netralnews.com/citra-polri-harus-dibenahi-6-jurus-berikut-solusinya/NXFaOFg2WU1lVXI4Um9lbEtJMGVQQT09

Asriwati.(2021).Strategi Komunikasi yang Efektif: Communication for Behavioral Impact (Combi) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue.Aceh:Syiah Kuala University Press

Azeharie,Kikit. „„Humas adalah: Definisi, Fungsi dan Skill yang Harus Dimiliki „" majoo.id. Diakses pada Senin 16 Januari 2023. https://majoo.id/solusi/detail/humas-adalah

Kardjodihardjo,Budi Purnomo.(19 Desember 2019). Memulihkan citra yang buruk dengan image restoration theory. Diakses 20 april 2023. Dari https://medium.com/@karjodihardjo/memulihkan-citra-yang-buruk-dengan-image-restoration-theory-9b169d0fa9bb

Majid,Nasrun.(18 Oktober 2022). Memaknai Sinergitas Polri dan Media Massa dalam Bingkai Presisi.upeks.co.id. Diakses pada 26 Februari 2023.Dari https://upeks.co.id/2022/10/memaknai-sinergitas-polri-dan-media-massa-dalam-bingkai-presisi/

Prabowo.Nadia. “Mengenal Tugas, Fungsi dan Wewenang Kepolisian di Indonesia dan Kenya "" heylawedu.id. Diakses pada Minggu 22 Januari 2023. https://heylawedu.id/blog/mengenal-tugas-fungsi-dan-wewenang-kepolisian-di-indonesia-dan-kenya

Wikipedia:Ensiklopedia bebas.(2023).Divisi Hubungan Masyarakat Kepolisian Negara Republik Indonesia. Diakses pada 26 Februari 2023. Dari https://id.wikipedia.org/wiki/Divisi_Hubungan_Masyarakat_Kepolisian_Negara_Republik_Indonesia.

DAFTAR WAWANCARA PERTANYAAN

1. Apa tugas Polri secara umum ?

Jawab : ''Tugas polri secara umum itu sebagai pelayan,pelindung,pengayom,penegak hukum dalam rangka menjaga,memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat''

.**2. Apa upaya pencegahan kejahatan yang dilakukan Polres Maros ?**

Jawab : '' itu namanya upaya preventif, untuk mencegah dengan adanya polisi disana yang tadinya mungkin ada yang mau mencuri tapi ada polisi disana patroli pasti tidak jadi. Sama dengan binmas yang ke masyarakat memberikan edukasi itu upaya pencegahan semua itu. Seperti kasatlantas juga yang memberikan edukasi tentang berlalu lintas supaya masyarkat itu tertib berlalulintas karena terjadinya suatu kecelakaan itu biasanya di awali dengan pelanggaran pelanggaran kecil minimal dia tidak tertib lalu lintas sehingga terjadi biasa tabrakan, kurang konsentrasi dalam berkendara dia tidak vit berkendara. Itulah kegiatan yang kami edukasikan untuk mewujudkan keamanan dan ketertiban. patroli di siang hari ada patroli di malam hari karena masyarakat itu aktivitasnya bukan hanya di siang hari ada juga yang beraktivitas di malam hari ada yang pulang kerja, ada yang baru masuk kerja. Kita juga menghimbau kepada masyarakat kalau malam tidak ada keperluan yang mendesak tidak usah keluar itu kita sudah berpartisipasi untuk mencegah semua itu.''

3. Apa saja media sosial yang digunakanPolres Maros untuk Masyarakat ? Jawab : " Kami membuat media sosial Polres Maros seperti Facebook, Instagram, dll untuk memudahkan masyarakat mendapatkan informasi mengenai kepolisian, program program yang kami laksakan juga kami posting dimedia sosial, selain itu juga media sosial Instagram kami memasukkan info mengenai biaya Skck, Sim dan pelayanan lain nya. Media sosial yang kami buat juga berfungsi agar masyarakat yang ingin mengadukan atau bertanya bisa menghubungi media sosial kami

4. Apa yang dilakukan polres maros untuk menjaga dan mempertahankan citra Polres Maros ?

Jawab : " kami turun langsung kepada masyarakat melalui program program yang kami buat dengan tujuan lebih dekat dengan masyarakat serta mendengar aspirasi dan keluhan masrakat, program tersebut yaitu Jumat Curhat berkunjung dan membangun silaturahmi. Membuka ruang curhat untuk masyarakat yang ingin menyampaikan masukan ataupun terkait tindak kejahatan, pungli dan masalah yang terjadi , Paduka (Polisi Anda Turut Berduka) setiap ada warga yang kehilangan anggota keluarganya, pihak kepolisian hadir disana untuk ikut berbela sungkawa membatu proses pemakaman dan lain lain,Mabbarakka atau berkah Polres Maros Berbagi dengan Warga Kurang Mampu dan yang terkena musibah Ini juga dilakukan setiap minggu, menjumpai masyarakat kecil yang serba kekurangan untuk memenuhi kebutuhan kesehariannya, mereka diberikan sembako dan sejumlah uang tunai. Pamase Polres Maros Mewujudkan Masyarakat Sehat, ini dilakukan sebulan sekali, memberikan pengobatan massal. Diantaranya, pemeriksaan kesehatan (kolersterol, gula dan asam urat), konsultasi kesehatan dan pengobatan kesehatan. Memperlihatkan kepedulian pihak polisi ke masyarakat di bidang kesehatan.

6. Sejak kapan semua program itu di mulai ?

Jawab : "kegiatan ini sudah berlangsung lama sejak berdirinya polres maros akan tetapi nama program tersebut di kemas pada bulan Desember 2022 dan telah berjalan hingga sekarang dan mendapatkan feedback yang baik dari Masyarakat.