



PERANAN BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA POLISI (Suatu Studi di Bidang Humas Polda Sultra)

Muhammad Tahmid La Udhe, St, Fatmawati L, La Ode Muhram

Fakultas Hukum Universitas Sulawesi Tenggara

ARTICLE INFO

Keywords:

Public Relations Field,
Police Image, Public
Relations of Southeast
Sulawesi Regional Police.

e-mail:

muhtahmid9@gmail.com

Corresponding Author:

Muhammad Tahmid La
Udhe

Received:10/02/2024

Accepted:22/06/2024

Published:31/10/2024



ABSTRACT

Research objectives (1). To find out the causes of the occurrence of criminal acts of theft in Moreme Village, Konda District, South Konawe Regency (2). To find out the sanctions applied to criminal acts of theft in Morome Village, Konda District, South Konawe Regency. The research was carried out In carrying out the research process, the author will conduct or focus the research in the Konda Police jurisdiction, South Konawe Regency. Research Results 1. The role of public relations in improving the image of the Southeast Sulawesi Regional Police, namely: 1) Building the identity of the Southeast Sulawesi Regional Police by actively participating in social campaigns in providing understanding to the community, becoming a facilitator between institutions and the community, building good relations with various non-governmental organizations. 2) Facing and responding to public complaints by providing a conducive atmosphere to the community, providing initial handling of complaints to be submitted so that they can overcome public perceptions of the negative image of the police and provide problem solving 3) Promoting community aspects through cooperation and building good relations with the media. 2. Supporting and inhibiting factors of the role of public relations in improving the image of the Southeast Sulawesi Regional Police, namely: 1) Supporting factors, consisting of: a) internal factors, namely facilities and infrastructure. b) External factors, namely the involvement of the mass media directly or indirectly and the participation of all components of society. 2) Inhibiting factors consist of: limited public relations personnel, budget, conditions and facilities that are still minimal owned by the Southeast Sulawesi Regional Police Public Relations.

I. PENDAHULUAN

Di era yang modern ini banyak instansi pemerintahan melakukan berbagai macam terobosan guna meningkatkan citra instansi tersebut. Salah satu yang paling menonjol dalam meningkatkan citra

suatu instansi pemerintahan adalah peran humas (hubungan masyarakat) mengingat bahwa salah satu tujuan humas adalah menumbuhkan citra suatu instansi secara positif baik dilingkungan eksternal (masyarakat) maupun lingkungan internal (pegawai ataupun staff instansi).

Humas dalam istilah lain disebut juga Public Relations merupakan cabang dalam kajian ilmu komunikasi. Dalam dunia Public Relations komunikasi merupakan keahlian utama yang harus dimiliki oleh seorang petugas humas dengan adanya komunikasi diharapkan terjadi kesamaan makna antara organisasi dengan publiknya serta terbentuknya opini publik yang menguntungkan. Namun pemahaman ini menimbulkan banyak interpretasi dalam implementasinya yang kemudian menimbulkan kebingungan bahkan ketidakjelasan peran Public Relations yang sesungguhnya.

Menurut Rex Harlow bahwa Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pemahaman, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu untuk mampu menanggapi opini publik. Mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif bertindak sebagai peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Humas memiliki peranan yaitu dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah antara instansi dimana publik sebagai sasaran yang akhirnya dapat menemukan sukses atau tidaknya tujuan citra yang hendak dicapai oleh instansi yang bersangkutan. Dalam hal ini peran humas sangat menentukan perkembangan kemajuan instansi. Oleh karena itu humas menjadi barometer dalam menentukan kemajuan suatu instansi. Tujuan humas dalam menjalankan perannya adalah untuk menciptakan hubungan yang harmonis, saling percaya dan menjaga image dengan baik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa aparat kepolisian juga telah berhasil menangani berbagai kasus kriminal seperti pencurian, pembunuhan, penyalahgunaan narkoba. Masyarakat pun perlu menghargai upaya yang dilakukan kepolisian dalam melakukan pemberantasan kejahatan seperti begal yang selalu meresahkan masyarakat. Jadi, sebagai lembaga yang dinamis kepolisian dituntut harus mampu mereformasi diri sebagai pelindung, pengayom, dan pelayan masyarakat serta sebagai aparat hukum yang harus profesional.

Fungsi humas dilembaga kepolisian mempunyai posisi strategis dimana humas kepolisian mendekatkan polisi dengan masyarakat sehingga humas Polda Sultra harus memaksimalkan tugasnya sesuai visi dan misi serta tujuan humas Polda Sultra yang sudah menjadi tugas dan tanggung jawabnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Organisasi

1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Pemahaman terhadap komunikasi organisasi erat kaitannya dengan dengan berbagai aspek lainnya dari perilaku organisasi secara keseluruhan, juga dapat dilihat lebih luas lagi yaitu dengan pengkajian antar disiplin khususnya pada ilmu komunikasi.¹ Komunikasi menurut Carl I. Hovland adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain. Menurut Evert M. Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Organisasi menurut Schein mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Selain itu Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tentang komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut.

Gold haber memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut. *“Organizational communication is the process of creating and exchanging messages within network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty”*. Atau dengan kata-kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Komunikasi organisasi mengandung tujuh konsep, yaitu:

- a. Proses
- b. Pesan
- c. Jaringan
- d. Keadaan saling tergantung
- e. Hubungan
- f. Lingkungan
- g. Ketidak pastian Perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan.

2. Pendekatan Komunikasi Organisasi

Pendekatan komunikasi organisasi adalah salah satu konsep yang dilakukan guna untuk mendapatkan informasi dan menentukan tujuan dalam mengidentifikasi suatu organisasi. Oleh karena itu komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi dapat juga digunakan menjadi tiga pendekatan, yaitu:

- a. Pendekatan Makro Dalam pendekatan makro organisasi dipandang sebagai struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam interaksi ini organisasi melakukan aktivitas tertentu seperti:
 - 1) Memproses Informasi dan Lingkungannya
 - 2) Identifikasi
 - 3) Integrasi dengan Organisasi Lain
 - 4) Penentuan Tujuan

b. Pendekatan Mikro

Pendekatan ini menfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan sub unit pada suatu organisasi. Komunikasi yang diperlukan pada tingkat ini adalah komunikasi antara anggota kelompok, komunikasi untuk pemberian orientasi dan latihan, komunikasi untuk melibatkan anggota kelompok dalam tugas kelompok, komunikasi untuk menjaga iklim organisasi, komunikasi dalam mensupervisi dan pengarahan pekerjaan dan komunikasi untuk mengetahui rasa kepuasan kerja dalam organisasi.

c. Pendekatan Individual

Pendekatan individual berpusat kepada tingkah laku komunikasi individual dalam organisasi. Semua tugas-tugas yang telah diuraikan pada kedua pendekatan yang terdahulu akhirnya diselesaikan oleh komunikasi individual satu sama lainnya. Komunikasi individual ini ada beberapa bentuk diantaranya berbicara dalam kelompok kerja, mengunjungi dan berinteraksi dalam rapat, menulis dan mengonsep surat, dan memperdebatkan suatu usulan dan sebagainya.

B. Pengertian Humas

Pengertian Humas atau biasa disebut public relations merupakan proses interaksi untuk menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik. Proses tersebut bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan, pengertian dan citra yang baik bagi publiknya. Salah satu definisi menyebutkan, bahwa public relations adalah komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama.

Dalam bukunya "The Engineering of Consent" Edward Louis Bernays, mendefinisikan public relations sebagai publik yang memiliki pengertian untuk mendukung serta memiliki niat baik. Jadi pada awalnya public relations bertugas membujuk publik untuk memiliki pengertian dan mendukung institusi. Dalam konteks ini, komunikasi dalam public relations bersifat satu arah. Selain itu, Bernays juga menekankan persuasi sebagai bentuk pernyataan atau komunikasi yang dilakukan guna mengubah pendapat atau sikap publik.

Frank Jefkins, menyatakan bahwa public relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuantujuan spesifik berlandaskan pada saling pengertian. Pada intinya public relations senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui informasi dan membagi pengetahuan. Melalui kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak perubahan yang positif.

Marston, bahwa public relations adalah seni untuk membuat perusahaan anda disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen dan para penyalurnya. Kata kunci disini adalah "disukai" dengan membuat perusahaan disukai karyawan, konsumen dan penyalurnya maka perusahaan akan terhindar dari sasaran kemarahan. Dari berbagai definisi yang dikemukakan para ahli, dapat dilihat adanya kesamaan pokok pikiran mengenai Public Relations yaitu:

- a. Public Relations merupakan kegiatan yang bertujuan memperoleh goodwill, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik atau masyarakat.
- b. Sasaran Public Relations merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau perusahaan.
- c. Public Relations adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu komunikasi timbal balik antara dua arah. Hubungan harmonis ini timbul dari mutual understanding, mutual confidence, dan image yang baik untuk mencapai opini publik yang positif. .
- d. Public Relations adalah suatu proses yang ke luar dan ke dalam organisasi atau perusahaan dari usaha-usaha manajemen dan proses penetapan serta pelaksanaan kebijaksanaan demi kepentingan langganannya, pegawainya, dan publik umumnya.

2. Peran dan Fungsi Humas

Keberadaan public relations di dalam organisasi sangat penting. Urusan kerja yang ditangani humas juga sangat fundamental, terkait nama baik dan perkembangan organisasi. Oleh sebab itu, public relations sudah selayaknya memahami fungsi dan tujuan kerja secara baik. Ada beragam pandangan mengenai fungsi public relations dalam organisasi. Bertrand , menguraikan tiga pokok fungsi public relations. Pertama, mengabdikan kepada kepentingan publik. Kedua, memelihara komunikasi yang baik. Ketiga, menitikberatkan pada aspek moral dan etika yang baik.

Sementara itu, Edward L. Bernays juga mengungkapkan ada tiga fungsi penting public relations dalam organisasi. Pertama, memberikan penerangan kepada publik. Kedua, membujuk publik untuk mengubah sikap dan tindakan. Ketiga, berusaha mempresentasikan sikap organisasi terhadap publik dan sebaliknya. Ketiga hal tersebut antara lain:

- a. Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasi.
- b. Memberikan nasihat kepada para eksekutif mengenai cara-cara menangani opini publik yang setiap saat dapat berubah.
- c. Melakukan upaya komunikasi untuk memengaruhi opini publik.

3. Ruang Lingkup Tugas Humas

Tugas public relations secara umum adalah menyampaikan pesan atau informasi dari perusahaan secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat (publik) memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi perusahaan atau lembaganya, tujuan dan kegiatannya. Melakukan studi dan analisis atau reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan perusahaan, termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi perusahaan, memberi informasi kepada pejabat (eksekutif) tentang publik acceptance dan non acceptance atau cara-cara dan pelayanan kepada perusahaan.

Humas dalam melaksanakan tugasnya membutuhkan media sebagai alat untuk menyampaikan informasi perusahaan atau instansi, begitu pula dengan kegiatan humas yang menyangkut publisitas. Adapun ruang lingkup tugas public relations dalam sebuah organisasi atau perusahaan antara lain meliputi aktifitas, yaitu:

- a. Membina hubungan ke dalam (public internal) Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dan unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang public relations harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di masyarakat, sebelum kebijakan itu di jalankan oleh organisasi.
- b. Membina hubungan keluar (public external) Publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Bagi suatu perusahaan atau organisasi, hubungan dengan publik diluar perusahaan atau organisasi merupakan suatu keharusan. Dengan demikian, public relations hendaknya mampu melaksanakan tugas-tugas berikut ini didalam organisasi atau perusahaannya.

Terdapat pula lima pokok tugas public relations dalam meningkatkan citra instansi yaitu:

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang tujuan serta kegiatan perusahaan atau instansi.
- b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.
- c. Memperbaiki citra perusahaan atau instansi.
- d. Tanggung jawab sosial terhadap semua kelompok yang ada hubungannya dan memerlukan informasi.
- e. Komunikasi.

C. Citra

1. Pengertian Citra

Citra (image) adalah sebuah pandangan mengenai suatu perusahaan atau instansi yang bersifat penilaian objektif masyarakat atas kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap institusi, kesan yang diciptakan dari suatu obyek orang atau organisasi. Pengembangan citra merupakan salah satu bagian yang terpisahkan dari strategi marketing. Citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang ditempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan merupakan salah satu faktor utama untuk mendapatkan citra yang positif.

Selanjutnya beberapa definisi citra yang dikemukakan oleh para ahli antara lain: Bill Canton mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.

Philip Henslowe, citra adalah kesan yang diperoleh dari tingkat pengetahuan dan pengertian terhadap fakta (tentang orang-orang, produk atau situasi). Rhenald Kasali mendefinisikan citra sebagai kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri timbul karena adanya informasi. Sedangkan Frank Jefkins mengartikan citra sebagai kesan, gambaran atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya) mengenai berbagai kebijakan, personel, produk, atau jasa-jasa suatu organisasi atau perusahaan.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia public relations. Pengertian citra itu sendiri 25 abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penelitian baik atau buruk. Penelitian atau tanggapan masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra perusahaan, yayasan atau produk barang dan jasa yang pelayanannya diwakili oleh pihak public relations. Biasanya landasan citra itu berakhir dari nilai-nilai kepercayaan yang kongkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi, serta terjadinya proses akumulasi dari kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut mengalami proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak yang sering dinamakan dengan citra (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. Jenis Citra

- a. Citra Bayangan Citra ini biasanya melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi, biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan atau pun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.
- b. Citra yang Berlaku Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.
- c. Citra Majemuk Citra majemuk yaitu adanya image yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi kita.
- d. Citra Perusahaan Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
- e. Citra Harapan Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diharapkan biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.

3. Faktor Pembentukan Citra

Citra sebuah organisasi terbentuk dari beragam sebab, antara lain:

- a. Identitas Fisik Secara fisik, sebuah organisasi atau individu dapat dilihat dari pengenalan visual, audio dan media komunikasi yang digunakan. Pengenal visual misalnya namayang melekat, logo, gedung dan lobi sebuah kantor. 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 pengenalan 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 ditanamkan 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 manajemen. 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 Jika sebuah organisasi sudah mempunyai produk dengan mutu terjaga, maka menjaga hubungan dengan konsumen dan rekan bisnis tentu harus selalu dicatat. Aktivitas dan pola hubungan dengan individu, jaringan dan sumber daya di luar organisasi mencerminkan tanggung jawab adalah pola dasar.

D. Pengertian Kepolisian

Ketentuan yang terdapat di dalam Undang-Undang No.2 Tahun 2002 tentang Kepolisian, dalam Pasal 1 angka 1 memberi pengertian kepolisian yang berbunyi “segala hal ihwal yang berkaitan dengan fungsi dan lembaga polisi sesuai dengan peraturan perundang-undangan”. Dari pengertian kepolisian yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 di atas mengandung dua pengertian, yakni fungsi polisi dan lembaga polisi.

Pengertian tentang fungsi polisi terdapat dalam Pasal 2 yang berbunyi “fungsi kepolisian adalah salah satu fungsi pemerintahan negara di bidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, perlindungan, pengayoman dan pelayanan pada masyarakat”. Kepolisian adalah organ pemerintahan yang ditetapkan sebagai satu lembaga, diberikan wewenang untuk menjalankan fungsinya sebagai peraturan perundang-undangan. Maka ketika berbicara tentang kepolisian berarti kita berbicara tentang fungsi dan lembaga kepolisian.

Menurut Sadjijono, istilah polisi dan kepolisian mengandung pengertian yang berbeda. Polisi memiliki makna sebagai organ dan lembaga pemerintah yang ada dalam negara, sedangkan istilah kepolisian berbicara sebagai organ dan fungsi. Sebagai organ, yakni suatu lembaga pemerintahan yang terorganisir dan terstruktur dalam organisasi negara. Sedangkan sebagai fungsi yaitu tugas dan wewenang serta tanggung jawab terhadap lembaga atas kuasa undang-undang dalam menyelenggarakan fungsinya. Adapun beberapa pendapat para ahli yang memberikan pengertian mengenai kepolisian, diantaranya:

- a. Raymond B. Fosdick, Istilah polisi menurut beliau memberikan pengertian bahwa polisi sebagai kekuatan konstitusi utama untuk melindungi individu-individu dalam hak-hak mereka.
- b. Warsito Hadi Utomo, Beliau memberikan pengertian polisi mengandung empat pengertian, yaitu:
 1. Sebagai tugas
 2. Sebagai organ
 3. Sebagai pejabatnya petugas, dan
 4. Sebagai ilmu pengetahuan kepolisian.

Polisi sebagai tugas diartikan sebagai pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat. Sebagai organ berbadan atau wadah yang bertugas dalam pemeliharaan keamanan dan ketertiban. Sebagai petugas dalam arti orang yang dibebani tugas pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat. Sedangkan sebagai ilmu pengetahuan kepolisian dalam arti ilmu yang mempelajari segala ihwal kepolisian.

Warsiti Adi Utomo berpendapat bahwa Polisi adalah suatu pranata umum sipil yang mengatur tata tertib (orde) dan hukum. Namun kadangkala pranata ini bersifat militaris, seperti di Indonesia sebelum Polri dilepas dari ABRI. Polisi dalam lingkungan pengadilan bertugas sebagai penyidik. Dalam tugasnya dia mencari baraa ng bukti, keterengangketerangan dari beberapa sumber, baik keterangan saksi-saksi maupun keterangan saksi ahli.

Berdasarkan analogi di atas, dapat disimpulkan bahwa polisi merupakan aparatur negara dalam penegakan hukum dan tertib social yang berlandaskan pada aturan-aturan serta batasan hukum yang ada. Polisi sebagai aparatur negara yang menjadi abdi masyarakat, pilar penjaga keamanan dan ketertiban warga masyarakat, mengemban tugas yang penting dalam kehidupan sosial suatu negara. Polisi sebagai aparatur negara merupakan instrument negara terdepan. Hal ini dibarengi pula dengan tugas polisi untuk selalu menjadi teladan sekaligus pengayom masyarakat dalam pelaksanaan aturan-aturan hukum itu sendiri dalam kehidupan sosial masyarakat.

Polisi dalam menjalankan tugas dan wewenang nya tersebut juga berpatokan ke pada Undang-undang, terkait perincian tugas dan wewenang Kepolisian Negara Republik Indonesia diatur di dalam pasal 13 – 16 Undan-Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia. Pasal 13 menjelaskan mengenai tugas pokok Kepolisian Negara Republik Indonesia adalah:

- a. Memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat
- b. Menegakkan hukum
- c. Memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat

Dalam menjalankan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada Pasal 13 di atas maka pada Pasal 14 dijelaskan lebih rinci mengenai kepolisian yang bertugas:

- a. Melaksanakan pengaturan, penjagaan, pengawalan, dan patroli terhadap kegiatan masyarakat dan pemerintah sesuai kebutuhan
- b. Melaksanakan pengaturan, penjagaan, pengawalan, dan patroli terhadap kegiatan masyarakat dan pemerintah sesuai kebutuhan
- c. Membina masyarakat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, kesadaran hukum masyarakat serta ketaatan warga masyarakat terhadap hukum dan peraturan perundang-undangan
- d. Turut serta dalam pembinaan hukum nasional
- e. Memelihara ketertiban dan menjamin keamanan uum

III. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian Bidang Humas Polda Sultra Divisi Humas Polda Sultra Yang terletak di jalan atau berada dalam Kompleks Polda Sultra. Jenis data yang digunakan adalah primer dan sekunder yang berasal dari field research dan Library research. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi dan menganalisis secara kualitatif.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Polda Sultra

Semua lembaga atau institusi pemerintah tentu ingin berhasil dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya berdasarkan kemampuan yang ada pada institusi itu saja. Disamping itu perlu adanya pengertian, penerimaan dan keikutsertaan publiknya. Sama halnya dengan yang dilakukan Humas Polda Sultra dalam meningkatkan citra kepolisian, harus memperhatikan dan mengikutsertakan publik dalam menjalankan peran yang akan dilaksanakan.

Publik yang dimaksud adalah public intern dan ekstern dimana adanya unit kehumasan pada setiap institusi pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka penyebaran informasi tentang aktivitas institusi tersebut, baik kedalam maupun keluar. Karena humas merupakan alat atau jembatan untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebarluasan informasi. Peran hubungan masyarakat Polda Sultra dalam meningkatkan citra kepolisian sebagai berikut:

1. Membangun Identitas Polda Sultra

Dalam membangun identitas institusi kepolisian khususnya di Polda Sultra, maka humas pada umumnya sering terlibat langsung dalam setiap program yang dilaksanakan baik secara internal maupun eksternal. Humas adalah bagian dari lembaga yang bertujuan untuk menciptakan opini publik yang menguntungkan kedua belah pihak dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik. Oleh karena itu, Humas Polda Sultra membangun identitasnya dengan cara mengerjakan tugas-tugas pokok dan fungsinya dalam menyusun strategi untuk meningkatkan citra Polda Sultra sesuai visi dan misi yang telah ada.

Seperti yang dijelaskan oleh Kepala Sub Bagian Humas Polda Sultra: "Bahwa divisi Humas adalah salah satu bagian dari institusi POLRI khususnya pada Polda Sultra yang bertugas dalam mempersiapkan segala bentuk persiapan setiap kegiatan yang meliputi penyampaian informasi baik dalam bentuk dokumentasi maupun penelitian agar tercipta sebuah persepsi positif kepada masyarakat guna meningkatkan citra kepolisian khususnya Polda Sultra."

Dari penjelasan di atas memberikan gambaran betapa pentingnya peran humas dalam membangun identitas Polda Sultra. Sebagaimana diketahui selain humas berfungsi sebagai komunikator atau penyampai informasi, tugas pokok humas adalah untuk mencapai tujuan dan sasaran bagi institusi atau lembaga pemerintah yang bersangkutan, serta mempunyai kegiatan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai suatu peristiwa agar masyarakat lebih tahu yang sebenarnya.

2. Menghadapi dan Menjawab Keluhan Masyarakat

Menghadapi dan menjawab keluhan masyarakat tentang pemberitaan negatif terhadap instansi Polda Sultra yang sampai sekarang ini terus menjadi tanda tanya besar karena instansi kepolisian merupakan salah satu lembaga penegak hukum. Terkadang masyarakat selalu mengeluhkan mengenai pelayanan yang diberikan oleh aparat kepolisian pada hal aparat kepolisian itu sendiri sudah bekerja semaksimal mungkin agar masyarakat mendapatkan pelayanan yang baik tetapi karena masyarakat dalam lingkup Polda Sultra memiliki karakter keras sehingga tidak sabar dalam menantikan hasil yang diberikan oleh aparat kepolisian.

Hal tersebut membuat Humas Polda Sultra sebagai lembaga yang dinaungi oleh POLRI yang mengayomi masyarakat dituntut untuk mempersiapkan dengan sebaik mungkin cara mencegah ketika munculnya opini negatif atau citra negatif mengenai Polda Sultra. Seperti yang dijelaskan oleh Kepala Bagian Humas Polda Sultra tentang tugas dalam meningkatkan citra kepolisian: "Humas Polda Sultra senantiasa menjadi gerbang informasi terpercaya dalam mengkonfirmasi hal-hal yang berkaitan dengan berbagai kejadian di lingkungan masyarakat. Baik berupa kasus, maupun kegiatan-kegiatan yang positif yang dilakukan oleh personil Polda Sultra. Selain itu, Polda Sultra menjadi salah satu bagian dalam pelayanan masyarakat. Dengan pelayanan yang baik kepada masyarakat secara tidak langsung citra Polda Sultra ataupun citra kepolisian perlahan akan membaik."

Dimana Polda Sultra menjadi gerbang informasi terpercaya agar masyarakat paham terhadap berbagai kejadian atau tindak kriminal yang terjadi disekitar kita. Seperti halnya pada proses penculikan ataupun kenakalan remaja yang akhir-akhir ini marak terjadi. Dengan adanya Humas

Polda Sultra sebagai penyampai informasi kepada masyarakat agar dapat meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan. Sehingga Humas Polda Sultra berusaha memberikan pelayanan semaksimal mungkin untuk mencapai peningkatan citra kepolisian.

Pelayanan adalah salah satu motto institusi kepolisian dalam menciptakan suasana yang kondusif. Kondusif yang dimaksud adalah suasana dimana keamanan dan kenyamanan dalam lingkungan kemasyarakatan tidak mengalami gangguan. Seperti halnya dalam pemberian layanan ataupun cepat dan tepatnya dalam menanggapi permasalahan masyarakat. Institusi kepolisian Polda Sultra selalu mengedepankan konsep penganan cepat dengan memaksimalkan peran serta kinerja setiap divisi antara lain pada bidang humas sehingga respon masyarakat dalam memberikan umpan balik baik berupa informasi terkait permasalahan dilingkungannya itu cepat.

Seperti yang dijelaskan oleh salah satu masyarakat yang berada di daerah :“Saya kira Polda Sultra sudah sangat maksimal dalam segi pelayanan, karena sewaktu saya kecurian dengan cepatnya petugas Polda Sultra datang kerumah saya dan mengecek setiap sudut yang memungkinkan untuk dijadikan barang bukti. Dari situ saya melihat bahwa petugas Polda Sultra cepat dalam menjawab keluhan masyarakat”

Pada hasil wawancara diatas dengan masyarakat dapat diketahui bahwa personil Polda Sultra memiliki respon cepat dalam menjawab setiap keluhan yang terjadi pada lingkungan masyarakat. Hal ini juga dapat menjadikan acuan dalam meningkatkan citra Polda Sultra kedepannya. Humas Polda Sultra senantiasa memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam menyampaikan setiap keluhannya dan masalah yang sedang di hadapinya. Salah satunya dengan adanya unit pelayanan pengaduan atau dapat mendatangi kantor layanan langsung. Sehingga petugas dapat memberikan jawaban dan solusinya merupakan salah satu pilihan yang tidak bisa di tolak oleh institusi kepolisian. Adapun cara penanggulangan keluhan-keluhan citra negatif kepolisian di masyarakat sangat beragam

- 1) Simulasi peranan adalah strategi yang biasa dilakukan untuk uji coba pelatihan dengan mempertimbangkan kondisi yang ada di lapangan sebelum terjun langsung pada kondisi yang sebenarnya. Sehingga dapat meminimalisir rusaknya citra kepolisian.
- 2) Penyesuaian tingkatan permasalahan. Untuk menyesuaikan langkah atau kebijakan yang akan di ambil, meskipun dalam implementasi terkadang menghasilkan persoalan baru, disinilah peran humas dituntut dalam menyelesaikan masalah dan meningkatkan citra Polda Sultra

Jadi Humas Polda Sultra berperan penting dalam menghadapi dan menjawab setiap persoalan yang terjadi di institusi kepolisian khususnya di Polda Sultra sebagai respon atas keluhan dan sorotan dari masyarakat yang telah disusun sesuai prosedur yang telah ada dan mekanisme yang telah ditetapkan oleh institusi POLRI.

a. Memberikan Rasa Nyaman Kepada Masyarakat

Sebagai institusi penegak hukum, Polda Sultra menjadi salah satu lembaga yang paling mudah dan cepat serta dapat di akses oleh masyarakat untuk melakukan pengaduan serta untuk mendapatkan rasa keadilan. Oleh karena itu, semua anggota Polda Sultra mempunyai acuan yaitu, melayani tanpa pamri. Melayani tanpa pamri ini merupakan salah satu program untuk memberikan kesempatan kepada setiap masyarakat tanpa memandang agama, suku dan rasa, bahkan status sosial sekali pun sesuai dengan motto Kepolisian Republik Indonesia Mitra Masyarakat, Pengayom Masyarakat dan Pelindung Masyarakat.

Pada tahap inilah Humas Polda Sultra dalam memberikan suatu pemahaman kepada masyarakat tentang prosedur dan mekanisme hak dan kewajiban masyarakat. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya pandangan negatif di kalangan masyarakat terhadap citra kepolisian di Polda Sultra .

Dalam memberikan rasa nyaman pada lingkungan masyarakat, Polda Sultra senantiasa bekerjasama dengan aparat desa. Dalam hal ini konsep pendampingan 1 personil satu desa yaitu KAMTIBMAS. Program yang diterapkannya antara lain memberikan rasa nyaman kepada masyarakat serta sebagai ujung tombak kepolisian dalam memberikan sosialisasi langsung pada masyarakat. Seperti yang di paparkan oleh salah satu masyarakat di Kota Kendari terkait mengenai kejadian pencurian yang diamuk massa: "Hadirnya KAMTIBMAS di lingkungan kami sangat memberikan rasa aman terkait mengenai maraknya aksi kriminal yang sering terjadi. Selain rasa aman yang di berikan petugasnyapun ramah dan baik sehingga kita tidak sungkan dalam berbagi informasi"

Dapat dilihat bahwa betapa cepatnya kinerja Polda Sultra dalam memberikan rasa aman kepada masyarakat. Sehingga hal-hal yang tidak diinginkan terjadi dapat di antisipasi dengan cepat. Pemaparan diatas juga yang memberikan nilai tambah bahwa citra Polda Sultra di masyarakat masih sangat baik. Walaupun demikian masih banyak yang harus di tingkatkan oleh petugas guna menciptakan rasa nyaman seperti patroli 24 jam.

b. Memberikan Penanganan yang Cepat

Tugas instansi kepolisian adalah penanganan cepat dan tepat terhadap keluhan masyarakat. Menurut Paur Sub Bagian Humas Polda Sultra : "Untuk karakter masyarakat Sultra sendiri tentunya itu bermacam-macam, ada yang langsung bisa menyesuaikan diri ketika diberikan pengarahan, ada juga yang memerlukan pendekatan yang lebih. Namun, sebagian masyarakat Sultra cenderung dengan karakter yang keras"

Dari pemaparan tersebut dapat dilihat bahwa dalam setiap permasalahan yang dihadapi oleh warga masyarakat dalam lingkup Polda Sultra bermacam-macam dan setiap masyarakatnya memiliki karakter dan tingkat pemahaman yang berbeda-beda. Oleh karena itu, Polda Sultra terus berinovasi mengembangkan program-program seperti mendokumentasikan seluruh program Polda Sultra dan mensosialisasikan melalui media online maupun media cetak, mengkonfirmasi kebenaran sesuai dengan fakta yang terjadi untuk memberikan pendekatan sesuai dengan karakter masyarakat yang dihadapi. Strategi yang digunakan tidak hanya menangani persoalan tetapi juga memberikan solusi atas keluhan-keluhan yang ada.

Pada persoalan penanganan yang cepat Polda Sultra dalam berbagai kesempatan bertemu dengan masyarakat baik dalam forum resmi maupun forum terbuka menyempatkan untuk memberikan pengarahan kepada masyarakat agar selalu bersinergi dalam meningkatkan pencapaian terhadap citra kepolisian yang baik. Seperti yang marak akhir-akhir ini terkait mengenai kenakalan remaja. Pada kesempatan ini bersama narasumber seorang Kariawan Swasta yang tinggal didekat lingkungan sekolah di menuturkan: "Peran kepolisian Polda Sultra sudah baik, seperti jika ada kejadian antara anak sekolah yang bertengkar. Polda Sultra diwakili Polsek dengan cepat memanggil dan mendamaikan kedua belah pihak untuk mencegah kejadian terulang lagi "

Jadi berdasarkan apa yang dijelaskan diatas dapat diketahui bahwa Polda Sultra memiliki kemampuan cepat dalam memberikan informasi kepada anggota yang dekat dari lokasi untuk memberikan penanganan yang cepat dalam lingkungan masyarakat. Dengan demikian kejadian-kejadian yang berpotensi menjadi besar dapat dihindarkan. Hal ini menjadi bentuk bahwa Polda Sultra memiliki penanganan yang cepat dalam menciptakan citra kepolisian.

3. Mempromosikan Aspek Kemasyarakatan

Iklan adalah salah satu cara mempromosikan atau menyampaikan pesan-pesan kebaikan kepada publik atau himbuan dan visi misi suatu lembaga atau institusi, tidak terkecuali di instansi kepolisian. Dalam meningkatkan suatu citra terutama di kepolisian, maka divisi Humas Polda Sultra

secara aktif dan efektif melakukan pengenalan melalui promosi hal-hal yang terkait dengan kepentingan masyarakat luas dan mendukung kampanye sosial. Kegiatan ini adalah kegiatan yang terus menerus dengan rentang waktu yang terjadwal setiap bulannya. Iklan layanan masyarakat menjadi salah satu faktor pendukung dalam mempromosikan keberhasilan peran humas di Polda Sultra dalam meningkatkan citra Kepolisian. Seperti halnya yang dipaparkan oleh BA Humas Polda Sultra "Saat ini media yang paling efektif untuk promosi tentunya ada pada media yang berbasis online, diantaranya media sosial karena penyebaran dan perolehan informasi tergolong lebih muda"

Seperti yang telah di jelaskan dalam proses wawancara yang dilakukan, promosi diperuntukkan pada aspek kemasyarakatan dengan cara membangun kerjasama dan hubungan baik dengan media. Cara yang di anggap paling cocok dan efektif untuk menyampaikan pesan-pesan positif tentang kepolisian kepada masyarakat luas yaitu dengan melalui media massa dan media sosial. Program ini dilakukan karena citra kepolisian tidak lepas dari sudut pandang masyarakat terhadap apa yang dilihat. Seperti yang disampaikan oleh salah satu masyarakat umum mengenai pemanfaatan media online dalam mendukung kinerja kepolisian: "Sering saya jumpai postingan-postingan dari satuan kepolisian dibantu media massa dan media online dalam penyebaran informassi seperti penyalahgunaan obat-obat terlarang, pembegalan dan banyak hal terkait kejadian yang ada dilingkungan saya"

Dari hasil wawancara mengenai peran media massa dalam membangun citra kepolisian Polda Sultra dapat dilihat bahwa telah ada kerjasama yang baik antara media-media massa, baik yang bersifat cetak maupun online dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai kejadian-kejadian yang terjadi. Adapun media yang bekerja sama dengan polda Sultra yaitu semua media yang di Prov Sultra atara lain Tribun Timur, Amanah, Trans Tv, dll. Sehingga, masyarakat juga dengan adanya peran serta media online dapat memberikan informasi kepada petugas sehingga dapat menjadi sebuah publikasi dalam menciptakan citra kepolisian yang baik. Adapun contoh publikasi yang dilakukan yaitu kegiatan sosial yang melibatkan media massa maupun media elektronik. Misalnya kegiatan penyuluhan tentang bahaya obat-obatan psikotropika serta narkoba yang terjadi di kalangan remaja di sekolah-sekolah yang ada di Prov.Sultra dengan menggandeng lembaga dan organisasi lainnya. Aksi sosial tersebut mampu membangun opini positif terhadap kepolisian kepada masyarakat umum khususnya pada kalangan remaja.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, jelas diterangkan bahwa peran media juga mendukung strategi terhadap citra kepolisian. Bahwa kepolisian dan media adalah dua hal yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan. Keberhasilan menjalankan strategi dalam menjalankan peranan humas dalam meningkatkan citra kepolisian tidak terlepas dari peran serta kerjasama antara pihak yang terkait di dalam institusi kepolisian itu sendiri, seperti unsur pimpinan (Kepala dan Wakil Kepala), unsur pengawas dan pembantu pimpinan atau pelayan (Bid Propam, Bid Humas, Bid Hukum, Bid IT Kepolisian), unsur pelengkap tugas pokok (SPKT, Dit Intel, Direskrimum, Direskrimsus, Diresrkoba), sedangkan diluar institusi kepolisian ada media massa, media online dan masyarakat umum.

Institusi kepolisian diminta untuk membangun dan mempertahankan citra kepolisian dalam menegakkan anggotanya dalam melaksanakan tugasnya masingmasing. Hal ini muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat terhadap hak pelayanan yang harus di jalankan oleh setiap anggota kepolisian. Hal tersebut tertuang dalam ketetapan MPR Nomor VII/MPR/2000 tentang peran kepolisian dengan memegang teguh paradigma sebagai pelindung, pengayom, pelayan dan penegak hukum. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 17 Juli sampai 20 Agustus 2024 dan rangkaian penjelasan yang diberikan oleh beberapa narasumber tentang peran yang dipilih oleh Humas Polda Sultra adalah sistem jangka panjang agar menjadi acuan mulai dari Mabes POLRI hingga Polsek.

Seperti yang dijelaskan oleh Kepala Bidang Humas Polda Sultra : “Pengambilan keputusan dan acuan strategi dalam hal meningkatkan peran humas sudah menjadi standar acuan dari pusat sehingga setiap keputusan sekecil apapun senantiasa di komunikasikan dengan pimpinan. Terkait mengenai konsep penerapannya tergantung dari instansi masing-masing bagaimana memilih cara atau strategi yang cocok untuk meningkatkan peranan Humas Polda Sultra dalam meningkatkan citra kepolisian yang baik”. Dalam hasil wawancara diatas, jelas digambarkan bahwa peran humas dalam meningkatkan citra kepolisian dilingkungan kepolisian, Humas Polda Sultra selalu mengedepankan prinsip-prinsip kerjasama dan kebersamaan dalam menjaga kepercayaan masyarakat dan wibawa institusi kepolisian.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Polda Sultra dalam Meningkatkan Citra Kepolisian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari proses wawancara mendalam ang dilakukan pada tanggal 17 Juli sampai 20 Agustus 2024 dapat diketahui bahwa setiap program atau strategi yang dikeluarkan Polda Sultra tidak terlepas dari beberapa faktor antara lain yaitu faktor pendukung dan penghambat.

Penjelasan mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan peran Humas Polda Sultra terkadang melibatkan dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Wawancara BA Humas Polda Sultra menerangkan bahwa: “Dalam menentukan sebuah masalah, tentunya diperlukan langkah matang dalam hal ini Kasubag selaku pimpinan langsung humas di Polda Sultra selain membimbing dan mengawasi anggota humas, Kasubag humas juga senantiasa berperan aktif dalam menanggapi hal-hal yang dianggap dapat menjadi masalah internal maupun eksternal” Dari pernyataan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam proses menjalankan peran humas Polda Sultra terdapat faktor pendukung dan penghambat yang dijelaskan oleh BA Ops Humas Polda Sultra , yaitu:

1. Faktor Pendukung

Faktor pendukung dalam peran humas terhadap citra Polda Sultra , yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah semua bentuk atau hal yang berasal dari intitusi Polda Sultra . Faktor internal sangat membantu dan memiliki pengaruh terhadap program dalam meningkatkan citra kepolisian yang baik dan nyaman. Faktor internal terdiri dari: Sarana dan prasarana adalah salah satu fasilitas pendukung dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan di bidang humas. Fasilitas yang mendukung menjadi suatu kunci keberhasilan tercapainya suatu kegiatan yang akan dilaksanakan seperti:

- a) Tersedianya akses layanan terhadap masyarakat dalam melakukan segala bentuk pelayanan.
- b) Merubah pola pikir personil dalam sistem sarana teknologi informasi. Seperti pada proses komunikasi antar personil dihimbau untuk tetap update dalam menggunakan media komunikasi berbasis online seperti Facebook, Whatsapp, email (surat elektronik) dan berbagai media sosial yang ada begitu pula kepada masyarakat.
- c) Pengembangan sarana-sarana pendukung untuk berbagai unit pelayanan berbasis online.

Dari hasil wawancara dengan masyarakat dalam lingkup Polda Sultra didapat sebuah pendapat ataupun saran terkait sarana dan prasarana untuk membangun Polda Sultra lebih baik kedepannya: “Saya merasa Polda Sultra sudah bagus dalam bidang sarananya, baik itu fasilitas yang diberikan kepada para petugas maupun pelayanannya. Hanya saja sosialisasi harus lebih ditingkatkan lagi, bukan saja seperti seminggu sekali ataukah sebulan sekali tetapi harus lebih efektif seperti seminggu 3 kali”

Penyediaan sarana dan prasarana dilihat dari macam mata masyarakat umum ternyata Polda Sultra sudah cukup memadai dengan adanya berbagai fasilitas penunjang yang ada. Dengan adanya fasilitas tersebut diharapkan dapat meningkatkan kinerja petugas dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat baik yang bersifat setiap pekan ataupun bulanan sehingga cipta kondisi pada lingkungan masyarakat selalu terjaga.

b Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar guna mendukung tercapainya peran humas terhadap citra kepolisian diantaranya:

1) Keterlibatan Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada masyarakat mengenai suatu peristiwa. Media memiliki peran yang sangat penting sehingga sarana yang paling penting dan efektif untuk penyebaran informasi terkait dengan kegiatan dan kebijakan di institusi kepolisian khususnya di Polda Sultra Seperti yang dijelaskan oleh Ops Polda Sultra : "Media yang digunakan dalam penyebaran ataupun komunikasi sesama personil maupun kepada masyarakat yaitu media sosial, adapun media pemantauan seperti website (tribrata news polda Sultra) dan dua website pendamping seperti facebook dan instagram dan termasuk iklan-iklan berjalan di siaran televisi lokal sedangkan untuk media komunikasi antar personil meliputi whatsapp dan line"

Secara terperinci faktor pendukung dalam keterlibatan media sosial sangat besar, antara lain:

- a) Pemanfaatan media sosial di lingkungan POLRI merupakan jalan masyarakat untuk memantau dan memberikan saran-saran dari apa yang sedang dikerjakan oleh aparat kepolisian. Dengan demikian pula personil kepolisian dapat memperlihatkan kinerja masyarakat guna meningkatkan citra kepolisian.
- b) Mampu memberikan peluang-peluang dalam berbagai informasi dan komunikasi dengan berbagai sumber media online, para tokoh masyarakat LSM atau pakar-pakar akademisi diberbagai institusi sehingga dapat di posisikan sebagian dari kontributor terhadap kepolisian.

Penjelasan-penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keterlibatan media sosial mampu memberikan berbagai informasi guna mempercepat penyampaian informasi dalam penanganan suatu permasalahan yang terjadi dimasyarakat dan untuk menjaga nama baik institusi POLRI yang sering dianggap kurang efektif.

2) Peran Masyarakat

Pada umumnya masyarakat memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap segala sesuatu yang terjadi dilingkungan sekitar. Keingintahuan yang tinggi pada masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai salah satu cara penanggulangan kejahatan atau percepatan penangkapan tindak kriminal yang terjadi. Selain itu, peluang ini sebagai salah satu cara promosi program kerja dan mempublikasikan hasil kerja ke masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh salah seorang masyarakat: "Kita sebagai warga masyarakat akan selalu mendukung setiap program kepolisian untuk menciptakan rasa nyaman dilingkungan kami. Supaya itu bisa terjadi, kepolisian juga harus senantiasa memberikan kami ini sebagai masyarakat awam tentang pemahaman terhadap apa-apa saja yang berbau kriminal"

Terkait peran serta masyarakat dalam mendukung Humas Polda Sultra dalam meningkatkan cipta kondisi dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat dalam lingkup Polda Sultra memiliki jiwa yang besar dalam menerima setiap kebijakan yang ada terkait penanganan dalam menciptakan lingkungan masyarakat yang aman dan membantu dalam meningkatkan citra kepolisian.

2. Faktor Penghambat

a. Keterbatasan Personil Humas

Minimnya personil humas dilingkungan Polda sultra menjadi salah satu penghambat tugas-tugas yang ada pada bagian humas. Seperti yang dikemukakan Kepala Sub Bagian Humas Polda Sultra : “Dalam hal ini sumber daya, saat ini personil Humas Polda Sultra yaitu sebanyak 7 orang namun 2 diantaranya adalah BKD Polda”. Hasil wawancara menunjukkan jumlah personil yang ada kurang memadai. Dimana kondisi ini cukup menyulitkan dalam menjaga agar program-program mengenai pencitraan Polda Sultra berjalan dengan baik dan tepat waktu. Adapun keterbatasan humas yang dimaksud, yaitu:

- 1) Kondisi personil Polda Sultra saat ini masih baik secara kualitas tetapi secara kuantitas sangat terbatas.
- 2) Keterbatasan sumber daya manusi (SDM) yang mempunyai pengetahuan kurang sehingga beberapa tugas kehumasan belum maksimal pengerjaannya.
- 3) Penempatan bidang humas pada Polda Sultra belum mengacu pada kompetensi bidang kehumasan.

Pemaparan tersebut dipertegas oleh Sub Bagian Humas Polda Sultra yang menyatakan: “Selain keterbatasan personil Humas menjadi kendala utama, mutasi personil Humas pada Polda Sultra juga menjadi salah satu alasan mengapa kondisi personil Humas berkurang”. Hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa ketersediaan sumber daya sangat penting dalam mendukung kinerja kegiatan yang akan dilakukan oleh Polda Sultra demi meningkatkan citra kepolisian. Dan bagian humas menjadi penghubung ke masyarakat agar bisa menerima keberadaan institusi kepolisian di tengah-tengah masyarakat saat ini khususnya Polda Sultra yang selalu menjadi pelayan, pengayom dan pelindung yang baik dan memberikan rasa aman terhadap masyarakat.

b. Keterbatasan Anggaran

Keterbatasan anggaran menjadi salah satu faktor yang sangat penting dan seringkali keterbatasan ini menyebabkan pelaksanaan suatu kegiatan kehumasan di Polda Sultra menjadi terhambat. Hal ini dijelaskan oleh Kepala Sub Bagian Humas Polda Sultra “Keterbatasan dana disini terkadang adalah alokasi anggaran untuk kegiatan tidak mencukupi seiring berjalannya kegiatan. Contoh saja adanya penambahan kegiatan yang dilakukan yang bukan termasuk dalam anggaran kegiatan”

Jadi, keterbatasan dana atau anggaran ini juga menjadi kendala di institusi kepolisian khususnya di Polda Sultra dalam menjalankan suatu kegiatan yang dilaksanakan, karena tidak semua kegiatan mempunyai dana sendiri. Maka jelas dari hasil wawancara menunjukkan bahwa keterbatasan dukungan anggaran memberikan banyak pengaruh terhadap pelaksanaan kegiatan kehumasan di bidang Humas Polda sultra Sehingga dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa peran humas di Polda Sultra 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 masyarakat yang sudah mengenal era digital terus dilakukan oleh bidang Humas Polda Sultra , walaupun demikian Humas Polda sultra terus berbenah dalam meningkatkan peran dan pelayanannya untuk tetap menjaga kepercayaan masyarakat serta menjaga harkat martabat kepolisian khususnya Polda Sultra

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada tanggal 17 Juli - 20 Agustus 2024, di Polda Sultra tentang Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Polda Sultra , peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu:

1. Peran humas dalam meningkatkan citra kepolisian Polda Sultra yaitu:
 - a) Membangun identitas Polda Sultra dengan cara aktif dalam kampanye sosial dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, menjadi fasilitator antara institusi dan masyarakat, membangun hubungan baik dengan berbagai lembaga-lembaga swadaya masyarakat.
 - b) Menghadapi dan menjawab keluhan masyarakat dengan cara memberikan suasana yang kondusif kepada masyarakat, memberikan penanganan awal terhadap keluhan ingin disampaikan sehingga dapat menanggulangi persepsi masyarakat terhadap citra negatif kepolisian dan memberikan penyelesaian masalah
 - c) Mempromosikan aspek kemasyarakatan melalui kerja sama dan membangun hubungan baik dengan media.
2. Faktor pendukung dan penghambat peran humas dalam meningkatkan citra Polda Sultra yaitu :
 - 1) Faktor pendukung, terdiri dari:
 - a) Faktor internal, yaitu sarana dan prasarana.
 - b) Faktor eksternal yaitu keterlibatan media massa secara langsung ataupun tidak langsung dan peran serta seluruh komponen masyarakat.
 - 2) Faktor penghambat terdiri dari: keterbatasan personil humas, anggaran, kondisi dan fasilitas yang masih minim yang dimiliki Humas Polda Sultra.

B. Saran

1. Dari penelitian yang telah dilakukan, di harapkan agar peran humas dalam meningkatkan citra Polda Sultra lebih dimaksimalkan, karena perlu menciptakan hubungan yang baik antara kepolisian dengan masyarakat, khususnya meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Diharapkan dalam penelitian ini, kepada semua yang mendukung faktor-faktor dalam peran humas Polda Sultra dalam meningkatkan citra kepolisian dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Serta untuk faktor penghambat yang ada dan yang pernah terjadi menjadi referensi pembelajaran untuk kemajuan dan pengembangan institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suarsini. *Prosedur Penelitian dan Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bineka Cipta, 1996.
- Bungin, Burhan. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana, 2009.
- E Rachmadi. *Public Relations (dalam Teori dan Praktek)*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 1992.
- Erdianto, Elvinaro. *Public Relations Suatu Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Pustaka Bani Quraisy.
- Hidayati, T. *Peran Humas Dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik di Badan Publik (Studi Kasus Pada Badan Pemeriksa Keuangan RI)*. Universitas Gadjah Mada. 2014
- _____. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga, 2004
- Muhammad, Arni. *Komunikasi organisasi*. Bumi Aksara Jakarta. 2014
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Oemi S. *Komunikasi (Majalah Ilmiah Komunikasi Dalam Pembangunan)*. Vol. 10 No. 1. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2007.

- Prisgunanto, Ilham. Komunikasi Polisi. Depok: Prisani Cendekia, 2009.
- Ruslan, Rosady. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Rumanti, Sr. Mario Assumpta. Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik. Jakarta: PT. Grasindo, 2002.
- Ruslan, Rosady. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Rajawali Pers, Jakarta 2003
- S. Gassing, Syarifuddin dan Suryanto. Public Relations. Yogyakarta: ANDI, 2016.
- S. Tendean, Christian. Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas San Ratulangi. Jurnal vol II no. 4 tahun 2014.
- Suhandang, Kustadi. Public Relations Perusahaan, Kajian Program dan Implementasi. Sweeney, Poul D dan Dean B. McFarlin. Organizational Behavior :Solution for management. McGraw-Hill. International Edition 2002.
- Usman, Husni dan Akbar Setiady Purnomo. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.