

STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL HUMAS POLDA KALTENG UNTUK MENJAGA CITRA POSITIF

Dina Rosa Juni Wulandari¹, Zon Vanel²

Program Studi Hubungan Masyarakat, Universitas Kristen Satya Wacana

Email: dinarosajuniwulandari@gmail.com

ABSTRAK

Kepolisian Republik Indonesia senantiasa menjadi perhatian masyarakat Indonesia, baik dalam hal gaya hidup pribadi maupun penanganan berbagai kasus. Sepanjang 2022-2023, citra POLRI mengalami penurunan yang signifikan, disertai dengan laporan mengenai pelayanan yang kurang memuaskan oleh masyarakat. Menanggapi hal tersebut, Kepolisian Daerah Kalimantan Tengah, sebagai bagian dari POLRI, melalui Bidang Hubungan Masyarakat, berupaya membangun dan mempertahankan citra institusi melalui berbagai bentuk komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi eksternal yang diterapkan oleh Bidang Hubungan Masyarakat Polda Kalteng dalam menjaga citra positif. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa strategi komunikasi eksternal Humas Polda Kalteng mencakup pemanfaatan beragam platform media sosial seperti Instagram, Facebook, X, TikTok, dan YouTube untuk menyebarkan informasi serta berinteraksi dengan masyarakat. Selain itu, Humas Polda Kalteng juga menjalin kemitraan dengan berbagai media cetak dan elektronik lokal untuk publikasi berita. Implementasi strategi ini dipergunakan agar Humas Polda Kalteng dapat membangun citra positif serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat Kalimantan Tengah.

Kata Kunci: Komunikasi, Strategi Komunikasi Eksternal, Citra Positif.

EXTERNAL COMMUNICATION STRATEGY OF CENTRAL KALIMANTAN POLICE PUBLIC RELATIONS TO MAINTAIN A POSITIVE IMAGE

ABSTRACT

The Indonesian National Police consistently draws attention from Indonesian society, both in terms of personal lifestyles and the handling of various cases. Throughout 2022-2023, the image of the Indonesian National Police experienced a significant decline, accompanied by reports of unsatisfactory service from the public. In response, the Central Kalimantan Regional Police, through its Public Relations Division, aims to build and maintain a positive institutional image through various communication strategies. This research seeks to identify and describe the external communication strategies employed by the Public Relations Division in maintaining a positive image. Using a qualitative approach, data was collected through interviews, observations, and documentation. The study reveals that the external communication strategy includes utilizing social media platforms such as Instagram, Facebook, X, TikTok, and YouTube to disseminate information and interact with the public. Additionally, the Public Relations Division of the Central Kalimantan Regional Police also establishes partnerships with various local print and electronic media for news publication. The implementation of this strategy is used so that the Public Relations Division of the Central Kalimantan Regional Police can build a positive image and expand the reach of information to the people of Central Kalimantan.

Keywords: *Communication, External Communication Strategy, Positive Image.*

Korespondensi: Dina Rosa Juni Wulandari. Universitas Kristen Satya Wacana Jl. Diponegoro No.52, Salatiga, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50711. **No. HP, WhatsApp: 081257763262** *Email:* dinarosajuniwulandari@gmail.com

PENDAHULUAN

Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) memiliki tanggung jawab utama dalam melindungi dan memastikan keamanan seluruh masyarakat Indonesia, serta menjaga stabilitas negara Republik Indonesia dengan menegakkan hukum secara adil dan berkeadilan. Seperti yang terdapat dalam Undang-undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia (Pemerintah Pusat Indonesia, 2002) yang berbunyi bahwa fungsi dari lembaga kepolisian adalah salah satu fungsi pemerintahan negara dalam bidang pemeliharaan keamanan serta ketertiban masyarakat, penegak hukum, perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat.

Kepolisian Daerah Kalimantan Tengah (Polda Kalteng) merupakan lembaga pelaksana yang berada dibawah naungan POLRI. Seperti fungsi kepolisian pada umumnya, Polda Kalteng pun bertugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, membina, menjaga ketertiban masyarakat, serta melindungi masyarakat (Pemerintah Pusat Indonesia, 2002).

Saat ini, POLRI terus menjadi fokus perhatian masyarakat Indonesia, baik dalam hal positif maupun negatif. Aspek yang menarik perhatian publik meliputi gaya hidup pribadi anggota kepolisian, prestasi yang dicapai, serta berbagai kasus yang ditangani atau terjadi di lingkungan kepolisian. Salah satu kasus yang sangat menyita perhatian adalah peristiwa penembakan Brigadir Yosua Hutabarat oleh mantan Kepala Divisi Profesi dan Pengamanan POLRI, Ferdy Sambo, pada tahun 2022. Insiden ini memberikan dampak signifikan terhadap turunnya citra Kepolisian yang cukup tajam pada tahun 2022 seperti yang tertuang dalam Survei Litbang "Kompas": Citra Polri Berada di Titik Terendah dalam Dua Tahun Terakhir (Farisa, 2022).

Berdasarkan isi laman berita Tribun Jakarta (Putra, 2022), survei Oktober 2021 menunjukkan citra positif POLRI mencapai 77,5%. Namun, terjadi penurunan bertahap dengan angka 74,8% pada Januari 2022 dan 65,7% pada Juni 2022 hingga menyentuh angka 43,1%.

Pada September 2023, kepolisian kembali mendapat sorotan akibat masalah aduan terburuk terkait pelayanan yang dilaporkan oleh masyarakat kepada Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM). Informasi ini dilansir oleh (Zulkarnain, 2023) dalam artikel berita berjudul "Komnas HAM: Aduan Pelayanan Buruk Polisi Terbanyak Sepanjang Awal 2023." Hal ini mencerminkan ketidakprofesionalan polisi sebagai penegak hukum. Jika situasi ini berlanjut, kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian akan terus menurun.

Kemudian, pada bulan Oktober tahun 2023, terjadi sebuah kasus penembakan oleh salah satu anggota kepolisian terhadap seorang warga sipil di Desa Bangkal, Seruyan, Kalimantan Tengah seperti yang dilansir pada laman berita CNN Indonesia berjudul: "Fakta-fakta Bentrok Polisi dan Warga Seruyan hingga Renggut Nyawa" (Ina, 2023). Kejadian ini menyebabkan masyarakat Kalimantan Tengah terus mendesak pihak

Kepolisian Daerah Kalimantan Tengah untuk mengungkap kasus penembakan tersebut dan meminta keadilan bagi warga Desa Bangkal.

Kasus-kasus tersebut di atas menyebabkan penurunan citra kepolisian di masyarakat Kalimantan Tengah. POLRI melakukan upaya menjaga citra positif dengan merencanakan strategi komunikasi yang memanfaatkan media sosial dan media online. Kegiatan ini dilakukan dengan membagikan informasi mengenai aktivitas positif di lingkungan kepolisian, seperti prestasi yang didapatkan oleh anggota kepolisian serta imbauan untuk memerangi berita hoax dan bijak dalam bermedia sosial. Hal serupa juga dilakukan oleh Bidang Hubungan Masyarakat Polda Kalimantan Tengah dengan tujuan membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang diunggah, sehingga terbangunnya citra positif di kalangan masyarakat Kalimantan Tengah, terutama setelah terjadinya kasus di Desa Bangkal, Seruyan.

Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian terdahulu dengan judul Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat) (Santika & Fitrananda, 2023) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif berfokus pada penggunaan program "DeDe Humas Polda Jabar" sebagai saluran komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk menyampaikan opini dan umpan balik, baik yang bersifat positif maupun negatif dengan menerapkan ketiga aspek dari *excellence communication*, yaitu *knowledge core*, *shared expectations*, dan *participative culture* dengan baik pada aktivitas *external public relations*.

Sedangkan penelitian lainnya dengan judul Strategi Komunikasi Humas Polda Banten Dalam Menginformasikan Program "Lancar Ambulanku Selamatkan Pasienku" (Aprianti et al., 2023) yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus menerangkan bahwa Humas Polda Banten menyebarluaskan informasi dan program institusi tersebut melalui berbagai media komunikasi, termasuk aplikasi IMM, platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, serta radio lokal.

Dari dua penelitian terdahulu, penelitian pertama membahas penggunaan saluran komunikasi untuk masyarakat dapat menyampaikan opini dan umpan baliknya dengan penerapan aspek *excellence communication*, sedangkan pada penelitian kedua membahas terkait penyebarluasan informasi ataupun program melalui berbagai media. Lalu, yang menjadi perbedaan penelitian yang dilakukan adalah objek penelitian serta penerapan strategi komunikasi eksternal dengan fokus mempertahankan citra positif institusi melalui penekanan pada aktivitas yang dilakukan oleh Polda Kalteng dan kegiatan kehumasan. Berdasarkan uraian dari kedua penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa setiap Kepolisian Daerah memiliki strategi tersendiri dalam menyebarluaskan informasi untuk mencapai tujuan tertentu.

Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan dalam hal penggunaan strategi komunikasi eksternal oleh Humas Polda Kalteng, melalui langkah-langkah yang telah atau akan dilakukan guna memastikan persepsi dari masyarakat terhadap institusi kepolisian tetap positif. Selain itu, penelitian ini juga melihat bagaimana Humas Polda Kalteng mengimplementasikan strategi komunikasi eksternal dengan

fokus mempertahankan citra positif institusi melalui penekanan pada aktivitas yang dilakukan oleh Polda Kalteng dan kegiatan kehumasan.

Untuk dapat memahami terkait apa yang dikehendaki oleh masyarakat, komunikasi menjadi peran penting dalam membangun sebuah kesepemahaman yang sama. Setiap interaksi komunikasi, ada upaya yang dilakukan untuk mencapai kesamaan pemahaman antara komunikator (penyampai pesan) dan komunikan (penerima pesan) (Effendy, 2017). Adapun fungsi komunikasi yang terbagi menjadi lima bagian (Suharno, 2016), seperti: (1) Menyampaikan Informasi (*to Inform*). Hal ini merupakan fungsi paling mendasar dari komunikasi, yakni untuk menyampaikan informasi dan pesan. (2) Mendidik (*to Educate*). Idealnya, informasi yang disampaikan kepada para penerima pesan, terutama dalam media massa, harus berfokus pada aspek yang dapat mendidik. (3) Menghibur (*to Entertain*). Terlepas dari perdebatan mengenai jenis hiburan yang sehat dan tidak sehat, jelas bahwa informasi yang disajikan dalam komunikasi massa memiliki tujuan untuk menghibur. (4) Pengawasan (*Surveillance*). Dalam skala komunikasi massa maupun komunikasi interpersonal, pada dasarnya komunikasi berfungsi sebagai alat pengawasan. (5) Mempengaruhi (*to Influence*). Inti dari pesan dalam proses komunikasi pada dasarnya adalah untuk mempengaruhi penerima pesan. Secara garis besar, terdapat 4 tujuan utama dalam berkomunikasi, yaitu (Effendy, 2017): (1) Mengubah sikap (*to change the attitude*). Komunikasi bertujuan untuk mengubah sikap komunikan. (2) Mengubah opini/pendapat (*to change the opinion*). Komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi atau mengubah opini atau pandangan komunikan. (3) Mengubah perilaku (*to change the behavior*). Komunikasi bertujuan untuk mengubah tindakan atau kebiasaan komunikan. (4) Mengubah masyarakat (*to change the society*). Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku kolektif dalam skala yang lebih luas.

Strategi komunikasi merupakan suatu rancangan untuk menyampaikan pesan dengan menggabungkan berbagai elemen komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi, dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami oleh penerima, yang kemudian dapat mempengaruhi sikap serta perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi (Effendy, 2015). Sehubungan dengan hal tersebut, strategi komunikasi dapat dilakukan melalui dua jalur timbal balik (Afdjani, 2014): (1) Komunikasi yang dilakukan oleh organisasi dengan khalayak. Jenis komunikasi ini informatif dan membuat khalayak terlibat secara emosional. Siaran pers, artikel di surat kabar atau majalah, siaran radio, film dokumenter, brosur, poster, dan konferensi pers adalah beberapa contoh media yang digunakan untuk komunikasi ini. (2) Komunikasi yang disampaikan oleh khalayak kepada organisasi merupakan hasil dari komunikasi dan aktivitas organisasi. Ketika telah melakukan strategi komunikasi kepada pihak yang dituju, maka pihak tersebut menerima pesan yang mengarahkan kepada sebuah citra dari institusi.

Citra perusahaan merupakan pandangan, persepsi, dan impresi publik terhadap suatu perusahaan. Citra tersebut bisa terbentuk secara sengaja lewat berbagai upaya untuk menciptakan kesan positif dari sebuah organisasi, orang, atau objek (Soemirat & Ardianto, 2017). Sikap dan perilaku seseorang terhadap suatu objek ditentukan oleh citra objek tersebut dalam kondisi terbaiknya (Ruslan, 2017). Adapun sebuah proses

terbentuknya sebuah citra yang terbagi dalam empat komponen (Soemirat & Ardianto, 2017): (1) Persepsi, dapat diartikan sebagai hasil dari pengamatan terhadap elemen-elemen di lingkungan sekitar yang dikaitkan dengan proses interpretasi atau pemberian makna. (2) Kognisi, adalah keyakinan diri individu terhadap suatu stimulus. (3) Motivasi, adalah keadaan dalam diri seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. (4) Sikap, adalah kecenderungan untuk bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasakan sesuatu dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai tertentu.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni bagaimana strategi komunikasi eksternal yang digunakan oleh Bidang Hubungan Masyarakat Polda Kalimantan Tengah dalam menjaga citra positif lembaga Kepolisian. Oleh karena itu, tujuan dari dilakukannya penelitian yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi eksternal yang digunakan oleh Humas Polda Kalteng dalam menjaga citra positif institusi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk mengkaji fenomena alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama. Pengumpulan data melibatkan gabungan metode seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Analisis data bersifat induktif, yang membangun kesimpulan dari data yang terkumpul. Hasil penelitian akan menekankan pemahaman mendalam pada suatu fenomena, daripada menggeneralisasi luas temuan secara luas (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, interaksi langsung dengan informan melalui wawancara, penggunaan angket/kuesioner, dan studi dokumen (Sugiyono, 2016). Untuk memperoleh data yang diperlukan, dipilihlah informan yang tepat dan relevan dengan penelitian ini melalui wawancara langsung. Observasi dilakukan dengan cara mengamati penyampaian hasil wawancara dari informan terkait strategi komunikasi eksternal dengan yang sudah dilaksanakan. Penelitian ini menyajikan salah satu teknik pengambilan data kualitatif yakni hasil kuesioner yang bertujuan sebagai informasi pelengkap untuk mengetahui respons masyarakat terkait komunikasi yang dilakukan oleh Polda Kalteng dalam menanggapi aspirasi dan keluhan masyarakat (Sugiyono, 2016). Penggunaan kuesioner pada penelitian hanya diterapkan untuk menambahkan informasi terkait penilaian masyarakat Kalimantan Tengah terhadap Polda Kalteng. Dokumentasi dilakukan untuk melengkapi informasi mengenai pelaksanaan strategi komunikasi eksternal yang telah dijalankan.

Dalam proses menganalisis data, dilakukannya reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2016). Agar dapat memvalidasi data penelitian, maka digunakan Teknik Triangulasi Sumber dan Teknik Triangulasi Teknik dengan cara membandingkan pandangan serta data yang diperoleh dari beberapa sumber yang berbeda (Sugiyono, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Eksternal Humas Polda Kalteng Pada Khalayak

Media merupakan salah satu sarana komunikasi eksternal yang dilakukan oleh Humas Polda Kalteng untuk mempertahankan citra positif, seperti yang dikatakan oleh Kepala Subbidang Multimedia, Kompol Hemat Siburian, bahwa:

“Untuk memberikan layanan informasi kepada masyarakat, kita memakai semua media sosial sebagai sarana komunikasi Humas Polda Kalteng.”

Sesuai dengan pernyataan Bapak Kompol Hemat Siburian, Bidang Hubungan Masyarakat Polda Kalteng menggunakan media sosial sebagai media utama dalam melakukan strategi komunikasi eksternal. Media sosial dimanfaatkan Subbidang Multimedia untuk menjangkau masyarakat secara luas, menyampaikan informasi dengan cepat dan tepat waktu, serta dapat melakukan interaksi dengan masyarakat Kalimantan Tengah. Media sosial merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa yang saat ini hadir dan menjadi bagian dari alat komunikasi, dimana penggunaannya dapat dengan mudah berbagi serta terlibat untuk membuat konten dalam bentuk berita (Rama et al., 2022). Bidang Humas Polda Kalteng dalam Subbidang Multimedia memiliki lima jenis media sosial yang digunakan, antara lain: (1) Instagram, membagikan konten berupa gambar dan video, termasuk imbauan, pemberitaan, unggahan ulang dari akun @divisihumaspolri, serta kegiatan kepolisian. (2) Facebook, menyajikan konten beragam seperti pemberitaan, ucapan, imbauan, serta kegiatan POLRI dan jajarannya. (3) X Humas Polda Kalteng menyediakan konten yang sama seperti pemberitaan, ucapan, imbauan, serta kegiatan POLRI dari tingkat pusat hingga Polda dan jajarannya. (4) TikTok, fokus pada konten video yang berisikan imbauan mengenai isu-isu masyarakat, seperti hoaks dan perjudian online, serta kegiatan Polda Kalteng dan jajarannya. (5) Youtube Humas Polda Kalteng, mengunggah kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Polda Kalteng dan jajarannya dalam bentuk video.

Selain itu, adanya program tahunan terencana yang mencakup berbagai kegiatan seperti *talkshow*, dialog interaktif di media televisi, dan *agenda setting*. Upaya ini menunjukkan usaha Humas Polda Kalteng dalam mempengaruhi opini publik. Hal ini disampaikan oleh PAUR Penum Subbid Penmas, Frangki Munthe, S.H.

“Dalam satu tahun, kegiatan talkshow itu dilaksanakan sebanyak 4 kali, mba. Untuk dialog interaktif ada 11 kali atau lebih, itu bisa setiap bulan karena ada anggarannya dan semuanya dilakukan secara langsung atau live di studio TVRI. Lalu, pembicaraanya biasa tergantung dari topik yang mau diambil dan menyesuaikan dengan tren juga, misalkan tentang lalu lintas kita bisa minta dari bagian Satlantas, bisa juga kita minta dari Perhubungan atau Jasa Raharja. Kemudian agenda setting, hanya penyebutannya saja yang seperti itu. Misalnya seperti besok kita ada melakukan apel, itu yang disebut dengan agenda setting”

Meskipun demikian, terdapat pula ruang untuk kegiatan lain seperti konferensi pers, yang dapat memberikan transparansi mengenai isu-isu mendesak atau pengungkapan peristiwa-peristiwa yang tak terduga. PS. Paur Pensat Subbid Penmas, Ipda Supriyanto menerangkan:

“Urusan media, kita menggunakan semua kemitraan yang ada di Kalimantan Tengah. Lalu untuk publish beritanya dalam satu hari itu ada 40-an bahkan lebih, mba”

Dari hasil wawancara tersebut, maka semua media yang ada di Kalimantan Tengah dan bermitra dengan Bidang Hubungan Masyarakat Polda Kalteng seperti yang dituliskan secara langsung oleh Bapak Ipda

Supriyanto dapat diuraikan sebagai berikut: Borneo News, Tribun Kalteng, ANTARA Kalteng, Jurnal Borneo, Jurnal Polisi, Metro Surya News, Media Nasional, Media Inti Jaya, Dayak News, HBOIndo, Kalteng.co, Kalteng Post Online, Seputarborneo.com, Media Kalteng, Borneo Raya Pos, Lintas Kalimantan, Pro Kalteng, Tewenews, Sinarrayanews, infoseputarkalteng.com, batarakini.com, kaltengkini.online, habartewei.com, dan borneosatu.com.

Senada dengan hal sebelumnya terkait kemitraan, Bapak Ipda Supriyanto pun menambahkan bahwa terdapat media TV dan radar sebagai mitra-nya dari Bidang Hubungan Masyarakat Polda Kalteng:

“Kalau TV itu, kita bermitra dengan TVRI, INews, CNN, Dayak TV, dan SCTV. Sedangkan untuk media cetak ada Kalteng Post, Radar, Tabengan, dan Palangka Ekspres”

Jika diuraikan, maka kemitraan Bidang Hubungan Masyarakat Polda Kalteng pada media televisi seperti yang telah disebutkan oleh Bapak Ipda Supriyanto, yakni TVRI, INews, CNN, Dayak TV, dan SCTV. Kemudian mitra pada media cetak terdapat Kalteng Post, Radar, Tabengan, dan Palangka Ekspres.

Strategi Komunikasi Masyarakat Kalteng Pada Polda Kalteng

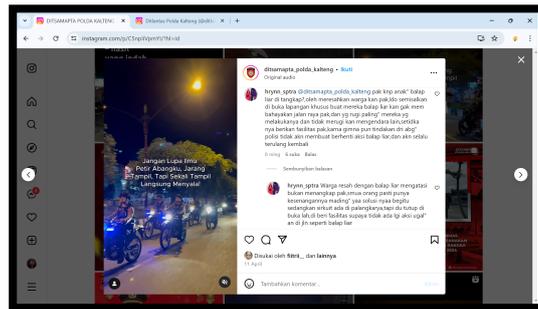
Komunikasi masyarakat ialah suatu sarana bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, pemikiran, dan harapan mereka kepada pemerintah. Melalui komunikasi masyarakat, pemerintah dapat memperoleh masukan dari masyarakat dalam rangka mengambil keputusan yang sejalan dengan nilai-nilai Pancasila dan tidak merugikan kepentingan masyarakat luas (Mushaf et al., 2022). Berdasarkan pernyataan tersebut, terdapat beberapa penyampaian aspirasi dari masyarakat Kalimantan Tengah sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan terhadap Polda Kalteng. Beberapa di antaranya meliputi: (1) *Feedback* Masyarakat Kalteng. Setiap postingan yang diunggah melalui media sosial, tentunya akan mendapatkan tanggapan atau komentar dari beberapa pengguna internet. Gambar 1 menunjukkan salah satu komentar dari masyarakat Kalimantan Tengah yakni pengguna Facebook @Ebit Karitakk yang menyampaikan *“Baik sekali polisi ini kepada masyarakat”* terhadap unggahan dari akun media sosial Humas Polda Kalteng:



Gambar 1. Screenshot kegiatan pelayanan dari postingan Divisi Humas Polri yang diunggah kembali oleh Humas Polda Kalteng

(Sumber: Halaman Facebook Humas Polda Kalteng)

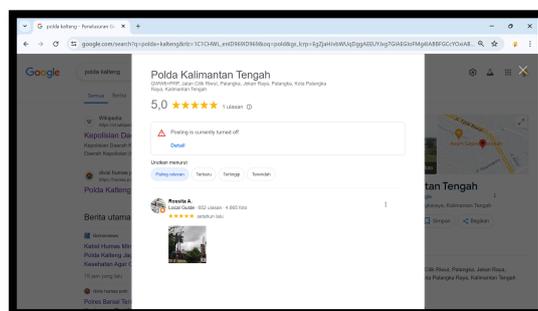
(2) Laporan Masyarakat Kalteng. Laporan biasanya disampaikan dengan maksud memberikan informasi, menjelaskan suatu situasi, atau memberikan rekomendasi kepada pihak yang berkepentingan. Gambar 2 menunjukkan laporan dari salah satunya berisi laporan dari masyarakat Kalimantan Tengah dengan pengguna @hrynn_spra yang melaporkan terkait balapan liar dan meminta anggota kepolisian untuk menangkap pelaku-pelaku tersebut agar tidak meresahkan pengguna jalan lainnya.



Gambar 2. Screenshot video *cinematic* kegiatan patroli oleh Ditsamapta Polda Kalteng

(Sumber: Instagram @ditsamapta_polda_kalteng)

(3) *Review* Masyarakat Kalteng. Ulasan atau *review* memiliki peran penting dalam melihat kinerja atau layanan yang diberikan oleh suatu instansi. Gambar 3 menunjukkan *screenshot* ulasan dari masyarakat Kalteng terhadap Polda Kalteng di Google Maps yang mendapatkan 5 bintang dengan 1 ulasan.



Gambar 3. Screenshot halaman review Google Maps Polda Kalimantan Tengah

(Sumber: Google Maps Polda Kalteng)

(4) Testimonial Masyarakat Kalteng. Testimonial mempunyai tujuan untuk memberikan gambaran mengenai pengalaman, kepuasan, atau kualitas layanan yang diberikan oleh instansi tersebut. Gambar 4 merupakan hasil *screenshot* masyarakat dengan pengguna @kakanonoo yang menyampaikan rasa terima kasihnya melalui postingan Instagram @infopky terkait perkembangan kasus di Seruyan oleh Polda Kalteng, “*terima kasih pak, putra dayak diam bukan berarti pasrah.. jika tdk ada tindak lanjutnya bisa berbahaya.*”



Gambar 4. Screenshot postingan Infoplk terkait perkembangan kasus di Seruyan (Sumber: Instagram @infopky)

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa strategi komunikasi eksternal Humas Polda Kalteng diwujudkan melalui berbagai upaya dan kegiatan yang dilakukan secara konsisten dan terencana. Pernyataan tersebut dikuatkan dengan pendapat (Afdjani, 2014) yang mengatakan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi dengan khalayak merupakan jenis komunikasi yang informatif dan membuat khalayak terlibat secara emosional. Siaran pers, artikel di surat kabar atau majalah, siaran radio, film dokumenter, brosur, poster, dan konferensi pers adalah beberapa contoh media yang digunakan untuk komunikasi ini.

Untuk itu, salah satu upaya utama Humas Polda Kalteng adalah dengan memanfaatkan media massa baik media cetak hingga media online, sebagai saluran untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Humas Polda Kalteng secara rutin memberikan informasi terkait kegiatan hingga isu-isu yang berkaitan dengan Polda Kalteng serta mengadakan konferensi pers apabila terjadi pengungkapan sebuah kasus.

Selain itu, Humas Polda Kalteng juga aktif menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan Youtube untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama generasi muda. Sehubungan dengan dua hal di atas, adapun pendapat terkait kemanfaatan menurut (Jogiyanto, 2019), yakni manfaat yang dirasakan mengacu pada seberapa besar kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi atau sistem tertentu, akan dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja dalam pekerjaannya.

Dalam upaya membangun hubungan baik dengan masyarakat, Humas Polda Kalteng pun menyelenggarakan berbagai kegiatan seperti penyuluhan, bakti sosial, serta keterlibatan dalam kegiatan kemasyarakatan yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan citra positif kepolisian di mata masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat (Soemirat & Ardianto, 2017) yang menyatakan bahwa citra perusahaan merupakan pandangan, persepsi, dan impresi publik terhadap suatu perusahaan. Citra tersebut bisa terbentuk secara sengaja lewat berbagai upaya untuk menciptakan kesan positif dari sebuah organisasi, orang, atau objek.

Multimedia Polda Kalteng telah menerapkan strategi komunikasi yang dapat mempertahankan citra positif kepolisian. Salah satunya seperti gambar 5 mengenai prestasi kepolisian, dimana Polda Kalteng mendapatkan prestasi IKPA yakni indikator yang ditetapkan oleh Kementerian Keuangan selaku BUN (Bendahara Umum Negara) untuk mengukur kualitas kinerja pelaksanaan anggaran belanja Kementerian

bersifat negatif tentang perusahaan, manajemen, karyawan, produk/jasa, dan lain sebagainya. (3) Meningkatkan citra yang dapat mendukung pemasaran dan penjualan suatu produk/jasa, seperti peluncuran produk baru, ekspansi ekspor, capaian produksi, prestasi perusahaan (masuk dalam daftar 10 besar pembayar pajak terbesar), dan lainnya. (4) Membangun hubungan secara langsung dengan pihak pers. Dengan demikian, langkah upaya yang diambil Humas Polda Kalteng dalam mengadakan konferensi pers merupakan strategi komunikasi eksternal yang tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu menyebarluaskan informasi positif dan meningkatkan citra kepolisian, terkhususnya Polda Kalteng.

Komunikasi antara masyarakat dan institusi kepolisian, khususnya Polda Kalteng merupakan aspek yang sangat penting dalam mewujudkan lingkungan yang aman dan tertib serta mewujudkan fungsi pelayanan publik yang optimal. Sejalan dengan hal tersebut, adapun pendapat oleh (Afdjani, 2014) terkait timbal balik strategi komunikasi eksternal, dimana salah satunya komunikasi yang disampaikan oleh khalayak kepada organisasi merupakan hasil dari komunikasi dan aktivitas organisasi. Hal tersebut ditunjukkan pada diagram 1 sebagai berikut:

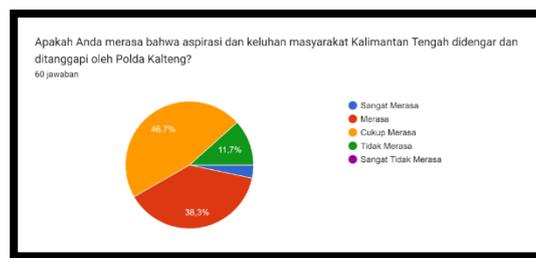


Diagram 1. Diagram yang menunjukkan apakah aspirasi dan keluhan masyarakat didengar dan ditanggapi oleh Polda Kalteng
 (Sumber: Hasil kuesioner pada penelitian)

Implementasi dari penggunaan berbagai media platform oleh Polda Kalteng untuk menjangkau publik eksternal memiliki dampak positif pada peningkatan citra positif kepolisian di mata masyarakat. Sehingga Polda Kalteng berusaha untuk selalu berinovasi dan mengembangkan strategi komunikasi eksternalnya untuk memenuhi harapan masyarakat. Harapan tersebut tertuang di dalam diagram 2 di bawah ini:



Diagram 2. Diagram yang menunjukkan harapan masyarakat
 (Sumber: Hasil kuesioner pada penelitian)

Keberhasilan institusi kepolisian dalam melayani masyarakat tidak hanya dapat diukur dari kinerjanya, tetapi juga dari kemampuannya dalam mendengar dan menanggapi aspirasi rakyat. Polda Kalteng sebagai

garda terdepan keamanan di Kalimantan Tengah, tentunya memiliki tanggung jawab besar dalam mendengar serta menanggapi seluruh aspirasi dan keluhan masyarakat. Diagram 3 menunjukkan pernyataan masyarakat mengenai hasil aspirasi atau keluhan yang ditanggapi atau tidaknya oleh Polda Kalteng:



Diagram 3. Diagram yang menunjukkan tingkat kepuasan komunikasi Polda Kalteng kepada masyarakat (Sumber: Hasil kuesioner pada penelitian)

Sesuai dengan hasil yang telah didapatkan, Polda Kalteng telah menciptakan citra yang positif terhadap masyarakat, dibuktikan dari hasil kuesioner yang menunjukkan mayoritas responden merasa puas dengan komunikasi yang dilakukan oleh Polda Kalteng. Kepuasan ini didasari oleh berbagai faktor, seperti informasi yang mudah diakses melalui berbagai media, saluran komunikasi yang efektif, dan tanggapan yang cepat terhadap aspirasi dan keluhan masyarakat. Hal tersebut didukung oleh teori mengenai citra dari (Ruslan, 2017) yang mengatakan bahwa citra memiliki kaitan yang erat dengan penilaian, tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi atau simbol-simbol tertentu terkait pelayanan barang atau jasa dari pihak tertentu kepada khalayak sasarnya. Kemudian dikuatkan dengan pendapat (Soemirat & Ardianto, 2017) yang menyatakan bahwa salah satu proses pembentukan citra adalah sikap yang memiliki kecenderungan untuk bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasakan sesuatu dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai tertentu.

Menurut pandangan (Hamalik, 2014), hambatan merupakan segala sesuatu yang menghalangi, merintang, atau menghambat individu dalam menjalani kehidupan sehari-harinya. Hambatan-hambatan tersebut datang silih berganti, sehingga menciptakan rintangan bagi individu dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Merujuk pada teori tersebut, setiap Subbidang dari Humas Polda Kalteng mempunyai hambatan masing-masing seperti Subbidang Multimedia yang sejauh ini tidak memiliki hambatan. Kemudian untuk Subbidang PID yang memiliki hambatan dalam kurang pemahannya masyarakat terhadap pesan-pesan yang disampaikan, ada rasa enggan dan takut untuk berurusan dengan kepolisian, hingga kurangnya koordinasi antar sesama anggota.

Berdasarkan pendapat (Effendy, 2017) dalam setiap interaksi komunikasi, ada upaya yang dilakukan untuk mencapai kesamaan pemahaman antara komunikator (penyampai pesan) dan komunikan (penerima pesan). Namun pada kenyataannya, masyarakat sekitar seringkali tidak sepenuhnya memahami informasi yang disampaikan oleh tim kepolisian saat turun ke lapangan untuk melakukan sosialisasi atau pemberdayaan. Lebih lanjut, terdapat kecenderungan rasa takut di kalangan masyarakat ketika berhadapan dengan pihak kepolisian. Selain itu, kurangnya koordinasi di antara anggota kepolisian juga menjadi faktor penghambat

dalam pelaksanaan tugas-tugas di Bidang Humas Polda Kalteng. Dalam hal komunikasi seperti yang sudah disampaikan, Humas Polda Kalteng masih belum dapat mencapai kesamaan pemahaman baik di antara anggota internal maupun dengan masyarakat luar. Terakhir, dari Subbidang Penerangan Masyarakat yang memiliki hambatan dalam kurangnya sumber daya manusia (SDM) sehingga dapat menyebabkan kinerja yang dilakukan kurang maksimal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi eksternal yang diterapkan oleh Humas Polda Kalteng dalam upaya mempertahankan citra positif menunjukkan penggunaan beragam media, termasuk media sosial seperti Instagram, Facebook, X, TikTok, dan YouTube, yang membuat Polda Kalteng dapat menjangkau masyarakat Kalimantan Tengah dengan efektif dan tepat waktu. Strategi komunikasi eksternal yang digunakan tidak hanya menyediakan penyebaran informasi yang cepat dan luas, tetapi juga memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan masyarakat, yang menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan masyarakat.

Selain pemanfaatan media sosial, Humas Polda Kalteng juga mengandalkan media massa dan kegiatan tatap muka. Program tahunan yang mencakup *talkshow* dan dialog interaktif, serta kegiatan konferensi pers menunjukkan upaya aktif untuk terlibat dengan masyarakat Kalimantan Tengah. Kemitraan dengan berbagai media lokal dan nasional, baik cetak maupun elektronik, dapat memperluas jangkauan pesan dan meningkatkan visibilitas kegiatan Polda Kalteng.

Strategi komunikasi eksternal yang digunakan terbukti efektif dalam membangun citra positif, seperti yang terlihat dari *feedback* positif masyarakat dan laporan masyarakat di media sosial, hingga ulasan positif di *platform* seperti Google Maps.

Namun, strategi komunikasi eksternal yang digunakan tidak luput dari berbagai hambatan, seperti kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pesan-pesan yang disampaikan, serta rasa enggan dan takut masyarakat untuk berurusan dengan kepolisian. Meskipun demikian, upaya Humas Polda Kalteng untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi komunikasi eksternal menunjukkan kesadaran akan pentingnya adaptasi terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat yang terus berubah.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi eksternal yang diterapkan oleh Humas Polda Kalteng telah berhasil membangun dan menjaga citra positif institusi. Kombinasi antara pemanfaatan media sosial dan kemitraan pada media massa, serta keterlibatan aktif dengan masyarakat menciptakan fondasi yang kuat untuk membangun hubungan yang positif antara kepolisian dan masyarakat di Kalimantan Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, and Sam. (2024, March 18). "Kapolda Kalteng Pimpin Konferensi Pers Pengungkapan 22 Kasus Curanmor Di Polresta Palangka Raya." *Warta Presisi*. <https://www.wartapresisi.com/2024/03/18/kapolda-kalteng-pimpin-konferensi-pers-pengungkapan-22-kasus-curanmor-di-polresta-palangka-raya/> (June 17, 2024).

- Afdjani, Hadiono. (2014). *Ilmu Komunikasi: Proses Dan Strategi*. Tangerang: Indigo Media.
- Aprianti, Eneng Fitri, Annisarizki, and Siska Mardiana. (2023). "Strategi Komunikasi Humas Polda Banten Dalam Menginformasikan Program 'Lancar Ambulanku Selamatkan Pasienku.'" *Jurnal Communicator Sphere* 3(1): 32–43.
- Ardianto, Elvinaro. (2009). *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Effendy, Onong Uchjana. (2015). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Farisa, Fitria Chusna. (2022, October 10). "Survei Litbang 'Kompas': Citra Polri Berada Di Titik Terendah Dalam 2 Tahun Terakhir." *Kompas.com*. https://nasional.kompas.com/read/2022/10/27/09374821/survei-litbang-kompas-citra-polri-berada-di-titik-terendah-dalam-2-tahun#google_vignette (January 6, 2024).
- Hamalik, Oemar. (2014). *Psikologi Belajar Dan Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Ina. (2023, October 9). "Fakta-Fakta Bentrok Polisi Dan Warga Seruyan Hingga Renggut Nyawa." *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20231009064133-12-1008700/fakta-fakta-bentrok-polisi-dan-warga-seruyan-hingga-renggut-nyawa> (March 28, 2024).
- Jogiyanto, H.M. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Mushaf, Muhammad Amer, Lia Fauziah, Ummu Aiman, and Aulia Sholichah Iman Nurhotimah. (2022). "Peran Komunikasi Masyarakat Terhadap Pemerintah Untuk Mewujudkan Pelayanan Publik Yang Berkualitas." *Jurnal Kewarganegaraan* 6(2).
- Pemerintah Pusat Indonesia. (2002, January 8). "Undang-Undang (UU) Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia." Jakarta: Pemerintah Pusat: 1–33. Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/44418/uu-no-2-tahun-2002> (January 12, 2024).
- Putra, Elga Hikari. (2022, October 29). "Polri Tak Henti Dihantam Musibah Di Internalnya, Pesan Kapolri Cuma Satu: Tinggalkan Zona Nyaman." *jakarta.tribunnews.com*. https://jakarta.tribunnews.com/2022/10/29/polri-tak-henti-dihantam-musibah-di-internalnya-pesan-kapolri-cuma-satu-tinggalkan-zona-nyaman?page=all#google_vignette (July 26, 2024).
- Rama, Azlet, Wakhinuddin Simatupang, Dedy Irfan, and Mukhlidi Muskhir. (2022). "Konsep Media Sosial Dalam Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 7(4): 725–29.
- Ruslan, Rosady. (2017). *Metode Penelitian PR Dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santika, Muhammad Adhi Santika, and Charisma A. Fitrananda. (2023). "Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas External Public Relations (Studi Deskriptif Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)." *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(1): 32–49.
- Soemirat, S., and E. Ardianto. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. (2016). *Komunikasi Bisnis Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Zulkarnain, Rizky. (2023, September 11). "Komnas HAM: Aduan Pelayanan Buruk Polisi Terbanyak Sepanjang Awal 2023." *Aktual.com*. <https://aktual.com/komnas-ham-sebut-aduan-pelayanan-buruk-polisi-terbanyak-sepanjang-2023/> (January 30, 2024).