

Strategi Humas Polrestabes Surabaya dalam Mempertahankan Citra Positif Melalui Media Sosial Instagram Akun @Humaspolrestabessurabaya

Adinda Novia Nur'aini¹, Bagus Cahyo Shah Adi Pradana², Lukman Hakim³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus Surabaya

adindanoviaan@gmail.com¹, baguspradana@untag-sby.ac.id², lukman@untag-sby.ac.id³

Abstract

In the current era of globalization, people are used to social media, this can be a source of daily information. In addition, social media is also a platform to maintain a positive image and a medium for the promotion of certain parties. Several government agencies are currently taking advantage of it. Polrestabes Surabaya is one of the government agencies that use it. Through its public relations role, Polrestabes Surabaya has various strategies to communicate with the public efficiently. To find out the public relations strategy of the Surabaya Police in maintaining its positive image, the author uses a SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats). This research uses a qualitative research method with a descriptive research type. The primary data used in this research is in the form of information about the program activities of the Public Relations division of the Surabaya Police, through observation and interviews. The results of this study are public information by conveying positive news, as well as synergizing in providing credible and transparent information to the public through Instagram to maintain a positive image of Polrestabes Surabaya.

Keywords: Public Relations Strategy, Instagram, Polrestabes Surabaya, Positive Image.

Abstrak

Pada era globalisasi saat ini masyarakat sudah terbiasa dengan media sosial, hal ini dapat menjadi sumber informasi sehari-hari. Selain itu, media sosial juga menjadi platform untuk mempertahankan citra positif dan sebagai media promosi pihak tertentu. Beberapa instansi pemerintah saat ini turut memanfaatkannya. Polrestabes Surabaya merupakan salah satu instansi pemerintah yang menggunakannya. Melalui peran humasnya, Polrestabes Surabaya memiliki beragam strategi untuk menjalin komunikasi dengan publik secara efisien. Untuk mengetahui strategi humas polrestabes Surabaya dalam mempertahankan citra positifnya, penulis menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa informasi mengenai program kegiatan bagian divisi Humas Polrestabes Surabaya, melalui observasi, wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah keterbukaan informasi publik dengan menyampaikan berita yang positif, serta bersinergi dalam memberikan informasi yang kredibel, dan transparan bagi masyarakat melalui Instagram untuk mempertahankan citra positif Polrestabes Surabaya.

Kata kunci: Strategi Humas, Instagram, Polrestabes Surabaya, Citra Positif.

Pendahuluan

Hubungan masyarakat atau biasa disebut Public Relations merupakan fungsi manajemen yang membangun atau menjembatani, dan mempertahankan hubungan yang baik serta bermanfaat antara instansi dengan publiknya, yang dapat mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan dari instansi tersebut. Humas memiliki peran penting dalam suatu perusahaan ataupun instansi pemerintah, karena perannya sebagai wahana komunikasi ke dalam dan ke luar. Hubungan Masyarakat (Humas) Polrestaes Surabaya mengelola seluruh aktivitas komunikasi, baik dari internal maupun eksternal yang dilakukan oleh Humas Polrestaes Surabaya. Sebagai humas harus mampu membangun jaringan, serta mampu untuk berpikir secara jernih dan objektif. Bagian Humas inilah merupakan salah satu front leader yang penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Humas Polrestaes berfungsi untuk mengarahkan unsur potensial yang dapat membentuk sebuah opini publik untuk mempengaruhi citra instansi. Opini publik dan citra instansi merupakan hal yang penting serta dapat mempengaruhi berhasil atau tidaknya dalam menjalankan aktivitas. Dari hal tersebutlah hubungan antara publik atau masyarakat khususnya masyarakat Surabaya perlu dijaga karena dukungan yang baik atau tidaknya dari masyarakat akan mempengaruhi image atau citra instansi. Strategi merupakan hal yang penting untuk salah satu cara agar dapat mencapai tujuan Humas Polrestaes Surabaya, sehingga visi dan misi dapat tercapai. Strategi ini merupakan salah satu cara yang dapat mencapai tujuan dalam jangka waktu yang panjang dari sebuah instansi pemerintahan yang sudah ditentukan dari hasil analisis situasi dan riset yang telah dilakukan.

Sebelum adanya media sosial khususnya media sosial Instagram Humas Polrestaes Surabaya menggunakan media massa, video tron, iklan spanduk, guna memberikan informasi kepada masyarakat. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, Humas Polrestaes Surabaya pertama kali hanya menggunakan satu media digital seperti facebook untuk membagikan informasi seputar kegiatan anggota kepolisian. Humas Polrestaes menghasilkan produk meme yang desainnya sangat sederhana karena keterbatasan aplikasi yang dimiliki pada saat itu. Selain itu, Humas Polrestaes juga membuat konten yang berisikan tentang edukasi. Strategi yang dilakukan oleh Humas Polrestaes Surabaya yaitu bekerja sama dengan media massa dan juga wartawan. Dengan munculnya media baru dan adanya teknologi yang selalu berkembang, menjadikan Humas Polrestaes Surabaya yang sebelumnya menggunakan media konvensional, sekarang dituntut untuk menggunakan media sosial Instagram. Citra merupakan tujuan utama dan merupakan reputasi serta prestasi yang akan dicapai oleh humas atau public relations. Menurut Frank Jeffkins menyatakan bahwa citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (Jeffkins, 2004). Citra polisi bisa menjadi jelek karena adanya oknum yang tidak menginginkan kepolisian memiliki citra yang positif, kemudian terbentuklah opini – opini yang negatif yang menjadi bahan untuk berita hoax yang akan disebarkan kepada masyarakat, seperti contoh informasi tentang SIM yang bisa diurus melalui calo, berita hoax tentang vaksin. Dengan begitu Humas Polrestaes Surabaya memberikan kontrol opini berupa stempel hoax yang di posting pada media sosial Polrestaes Surabaya. Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut Bagaimana Strategi Humas Polrestaes Surabaya Dalam Mempertahankan Citra Positif melalui Media Sosial Instagram Akun @humaspolrestabessurabaya?

Kajian Teori

Salah satu rencana jangka panjang menurut Soemirat dan Ardianto adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats). Analisis ini penting untuk public

relations. Ini untuk melakukan beberapa hal, salah satunya terkait dengan menjaga citra positif instansi. Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis dari berbagai faktor untuk mengembangkan strategi perusahaan. Strategi yang dibuat oleh perusahaan atau institusi didasarkan pada kekuatan dan kelemahan mereka, serta peluang yang ditawarkan oleh kedua ini, sehingga perusahaan mengambil keputusan untuk 16 menghadapi ancaman dan juga dapat mengatur prosedurnya. Berdasarkan analisis SWOT, ada satu strategi yang dapat dikembangkan atau digunakan instansi untuk mempertahankan citra positif adalah strategi media sosial melalui pesan instagram. Menurut Harwood Childs (Ruslan, 2005:54 – 55), strategi desain pesan meliputi :

1. Strategy of publicity
2. Strategy of persuasion
3. Strategy of argumentations
4. Strategy of image

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dan penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yang menggambarkan situasi atau peristiwa. Yang bertujuan untuk membuat fakta – fakta yang ada secara sistematis faktual, dan akurat. Penelitian kualitatif ini mengungkapkan kenyataan yang sebenarnya – benarnya. Data yang diperoleh akan diolah untuk segera dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil analisis tersebut akan disusun secara sistematis kualitatif untuk mendapatkan kesimpulan. Pada penelitian ini nantinya akan memberikan gambaran fakta – fakta mengenai strategi Humas Polrestaes Surabaya dalam mempertahankan citra melalui akun media sosial instagram @humaspolrestabessurabaya.

Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Peneliti menggunakan model analisis data Miles dan Huerman, (Khalifah, 2019), Teknik analisis data pada penelitian ini ada 3 prosedur, yaitu:

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Penarikan kesimpulan
4. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dan Pembahasan

Dalam menjalankan tugasnya Humas Polrestaes menggunakan salah satu media sosial yaitu instagram untuk menyampaikan dan menyebarkan informasi kepada masyarakat tentang himbauan – himbauan ataupun pelayanan yang ada pada Polrestaes Surabaya. Humas Polrestaes Surabaya menggunakan dan memanfaatkan kelebihan media sosial instagram sebagai media penyampaian pesan dan penyebaran informasi sejak tahun 2015. *Strategy of publicity* merupakan salah satu strategi yang menggunakan kampanye untuk penyebaran berita (*news*), melalui proses publikasi berita melalui kerja sama menggunakan media massa dan lainnya. Humas Polrestaes Surabaya selalu mempublikasikan ke media sosial instagram, serta memberikan informasi yang update tentang pelayanan maupun kegiatan kepolisian yang positif. *Strategy of persuasions* ini merupakan strategi yang digunakan agar pesan yang akan disampaikan dapat dimengerti dan dipercaya oleh masyarakat, gunanya untuk menarik perhatian audiens. Metode persuasi ini digunakan untuk membujuk audiens dan mengubah opini publik melalui cerita, artikel, ataupun *feature human interest*. Strategi komunikasi dua arah yang dilakukan oleh Humas Polrestaes Surabaya penting untuk menampung dan

menjawab aspirasi ataupun opini dari stakeholder dengan tujuan untuk meningkatkan lagi citra positif yang telah dibangun. Komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan cara memberi tanggapan serta memberikan solusi kepada masyarakat yang memberikan komentar negatif tentang kepolisian khususnya Polrestabes Surabaya.

Strategy of argumentations ini sering digunakan untuk memprediksi issue negatif yang tidak diinginkan (negatif news). Dalam hal ini, publisitas yang dijalankan pasti bersifat persuasif, dengan demikian setiap argumen yang muncul atau dikatakan pada publikasi yang dilakukan, akan membuat masyarakat terpengaruh akan kegiatan publisitas yang dilakukan oleh Humas Polrestabes Surabaya. Dengan argumentasi yang positif dan bersifat menarik (persuasif), maka Humas Polrestabes Surabaya akan mendapatkan *feedback* yang baik yang positif dari masyarakat. Hal ini karena argumen yang dibentuk dapat mempengaruhi pikiran atau pandangan seseorang. *Strategy of image* ini merupakan strategi untuk menciptakan citra dan pesan positif dalam sebuah publikasi dengan menjaga citra instansi termasuk produknya. Humas Polrestabes Surabaya dalam penggunaan media sosial instagram sangat dimanfaatkan dengan baik untuk mempertahankan citra yang telah dibangun. Dengan membagikan konten kreatif, serta informatif yang berguna bagi masyarakat. Membangun hubungan baik dengan stakeholders, memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat itu dapat mempertahankan citra yang positif bagi instansi. Humas Polrestabes Surabaya juga memberikan informasi atau berita secara intens dan teliti agar dapat mempertahankan citra baik yang positif.

Penutupan

Dalam penyampaian pesan Humas Polrestabes Surabaya bersinergi untuk memberikan informasi yang kredibel, dan transparan bagi masyarakat. *Strategy of persuasions* yang digunakan oleh Humas Polrestabes Surabaya yaitu dengan menggunakan komunikasi 2 arah, dengan selalu sigap untuk menanggapi serta pengelolaan selalu merespon tanggapan positif ataupun negatif dari komentar masyarakat sesuai dengan aturan dan profesional. *Strategy of publicity* yang dilakukan Humas Polrestabes yaitu pesan yang dipublikasikan atau konten yang di unggah lebih dari satu foto maupun video, serta dikemas dalam bentuk yang menarik serta informatif. Dengan begitu *strategy of argumentation* pihak humas yaitu dengan selalu mengontrol opini serta selalu memberikan tanggapan pada komentar yang negatif, dengan selalu meng cross check berita negatif yang berkembang di masyarakat. Dan *strategy of image* dengan menggunakan pemanfaatan media dengan baik untuk mempertahankan citra positif yang telah dibangun dengan membagikan konten yang kreatif serta informatif yang bermanfaat untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Sehingga itu merupakan strategi dari Humas Polrestabes Surabaya dalam mempertahankan citra positif yang telah dibangun selama ini di hadapan publik. Selain itu peneliti juga menyimpulkan bahwa penerapan strategi tersebut, Humas Polrestabes Surabaya berhasil dalam mempertahankan citra positif yang telah dibangun oleh mereka.

Setelah melakukan penelitian, Humas Polrestabes Surabaya yang berperan sebagai ujung tombak dari instansi dengan publiknya, Humas Polrestabes Surabaya perlu memperbaiki SDM yang ada didalamnya, untuk membagi tugas seperti pemegang sosial media, dan tugas peliputan dan lebih terstruktur. Selain itu Humas Polrestabes Surabaya juga lebih meningkatkan lagi kreasi dan inovatif dalam menarik perhatian masyarakat. Serta postingan yang diunggah di media sosial instagram juga di tata lebih rapi. Sehingga masyarakat akan lebih menaruh kepercayaan dan penilaian yang baik kepada mereka. Serta Humas Polrestabes Surabaya tetap berusaha dengan keras untuk mempertahankan citra positif yang telah dibangun selama ini.

Daftar Pustaka

Agustia, M., Anisah, N., & Si, M. (2018). Strategi Komunikasi Humas Polda Aceh Untuk Membentuk Citra Positif Polisi di Mata Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2), 509–517.

Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*.

Herlina, S. (2015). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang. 4(3), 493. www.publikasi.unitri.ac.id

Khalifah, S. (2019). CYBER PUBLIC RELATIONS (CPR) DALAM MENINGKATKAN CITRA KEPOLISIAN DAERAH JAWA TIMUR.

Khodijah, S. (2012). STRATEGI PUBLIK RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN(Studi Deskriptif Membangun Hubungan Baik Dengan Media Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan). *Θησαυρίσματα*, 13(April), 258–283.

Nur Farahin, 2019. (2019). Aktivitas Humas Polda Jatim Dalam Meningkatkan Citra Polisi.

Pratama, M. F. (2020). Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau (Issue 4210). <http://repository.uin-suska.ac.id/31444/>