

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring perkembangan zaman tingkat kesadaran masyarakat dari semua elemen semakin tinggi akan pentingnya komunikasi dan keterbukaan informasi baik di perusahaan swasta maupun organisasi pemerintahan, oleh sebab itu dengan di dorong sistem kenegaraan demokrasi masyarakat menuntut pemerintahan di Indonesia akan keterbukaan informasi dan komunikasi pada sistem negara yang berlaku saat ini, dengan begitu hal ini memicu perubahan dan perkembangan di beberapa struktur lembaga pemerintahan di Indonesia.

Hal itu menjadi pemicu untuk berlakunya kegiatan *public relation* atau Kehumasan di setiap organisasi, lembaga, ataupun instansi pemerintahan di Indonesia, bahkan di beberapa lembaga sudah di bentuk Bidang Humas untuk menjalankan peran kehumasan tersebut. Dengan adanya Bidang Humas ini di harapkan dapat memberi kepuasan masyarakat akan keterbukaan informasi terhadap situasi yang berlaku di dalam pemerintahan saat ini.

Meskipun begitu, banyak masyarakat Indonesia yang tidak sepenuhnya paham akan fungsi kehumasan atau Bidang Humas ini, beberapa dari mereka banyak mengartikan Humas hanyalah sebagai juru bicara dari setiap lembaga ataupun organisasi yang di wakilinya, padahal fungsi dan peran Kehumasan itu sendiri lebih banyak dan lebih penting dari apa yang mereka ketahui. Salah satunya adalah menjaga atau meningkatkan citra positif suatu lembaga.

Mempunyai citra yang positif merupakan hal yang penting dan tentu sangat di inginkan oleh instansi atau lembaga manapun, hal ini juga yang menjadi tujuan utama kegiatan *public relation* atau kehumasan, dengan adanya citra yang positif dipastikan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap instansi juga akan positif karena hal tingkat kepercayaan dan citra positif selalu selaras.

Peran kehumasan dalam menjaga atau meningkatkan citra positif tidak terlepas dari strategi komunikasi yang di jalankan dalam kegiatan kehumasan itu sendiri, sesederhana apapun metode yang di lakukan untuk citra positif tak terlepas dari unsur komunikasi dan strategi yang di jalankan dalam meraih atau mempertahankannya. Oleh sebab itu, mempelajari dan memahami tentang komunikasi dan unsur-unsur lainnya didalam kajian Ilmu Komunikasi merupakan hal yang sangat penting di lakukan bagi praktisi dan akademisi.

Istilah komunikasi berasal dari kata latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Carl I. Hovland menyatakan ilmu komunikasi adalah upaya sistematis untuk merumuskan sejarah tegar asas asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Hovland juga mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. (Riinawati, 2019)

Harold D. Lasswell mengemukakan sebuah paradigma untuk menjelaskan apa itu komunikasi, paradigma tersebut berisi cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan berikut: *who says what in which channel to whom with what effect?*. Paradigma tersebut secara tidak langsung menjelaskan bahwa komunikasi meliputi 5 unsur sebagai jawaban dari pertanyaan

yang di ajukan, yakni : 1. Komunikator, 2. Pesan, 3. Media, 4. Komunikan, 5. Efek. Jadi menurut paradigma Lasswell tersebut komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media dengan menimbulkan efek tertentu. (Riinawati, 2019)

Berawal dari paradigma di atas kajian tentang komunikasi berkembang luas dan memiliki cabang cabang sesuai dengan fungsi dan tujuan dari pelaku komunikasi itu sendiri, salah satunya adalah komunikasi organisasi yang menjadi salah satu kajian yang wajib di pelajari, karena pada umumnya setiap manusia pasti berorganisasi di dalam kehidupan ini, tidak ada manusia yang mampu hidup sendiri tanpa berorganisasi.

Organisasi terdiri atas sejumlah orang yang melibatkan keadaan saling bergantung, kebergantungan memerlukan koordinasi-koordinasi mensyaratkan komunikasi. Hubungan antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang di gunakan, media apa yang di pakai, bagaimana prosesnya, factor-faktor apa yang menjadi penghambat dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah untuk selanjutnya menjanjikan suatu konsep komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan organisasi tertentu pada saat komunikasi di lancarkan. (Riinawati, 2019)

Pertunjukan dan pengartian pesan di antara elemen-elemen komunikasi yang merupakan bagian dari organisasi tertentu merupakan arti dari komunikasi organisasi. Organisasi berisikan elemen-elemen komunikasi didalam hubungan yang dinamis di antara sekumpulan orang di dalamnya dan berfungsi untuk saling menghubungkan didalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi bisa terjadi kapan saja, setidaknya orang dengan jabatan tertentu dalam suatu organisasi mengartikan suatu pertunjukan. (Riinawati, 2019)

Karena intinya adalah komunikasi diantara orang-orang yang berada di dalam suatu organisasi. Analisis komunikasi organisasi berkenaan dengan pengartian dari setiap pertukaran yang terjadi secara berkelanjutan. Hubungan antara organisasi dan ilmu komunikasi berada di fokusnya pada manusia yang turut serta dalam mencapai tujuan organisasi itu. Bentuk komunikasi seperti apa yang berlangsung didalam suatu organisasi yang di pertanyakan dari prespektif ilmu komukasi., metode dan teknik apa yang di pakai, media apa yang di gunakan, bagaimana prosesnya, faktor apa saja yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban dari pertanyaan itu ialah kajian data untuk selanjutnya menampilkan sebuah konsep komunikasi bagi organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan cakupan organisasi dengan memikirkan situasi tertentu pada saat melaksanakan komunikasi.

Berdasarkan hakikatnya komunikasi dalam organisasi juga sering di gunakan sebagai senjata untuk promosi mencari nama baik atau yang menjaga bahkan membangun citra positif didalam organisasi. Bentuk komunikasi yang di lakukan untuk mencapai citra positif organisasi juga berbagai macam dan

mempunyai strategi komunikasi yang berbagai macam juga, oleh karena itu pentingnya mempelajari strategi dan bentuk komunikasi seperti apa yang di gunakan agar efektif dalam memperoleh citra positif instansi.

Kepercayaan masyarakat terhadap Polri merupakan faktor yang signifikan dan menjadi tolak ukur kualitas pelayanan Polri, demikian publikasi yang dikeluarkan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia melalui situs resminya bertajuk “Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kinerja Polri” yang ditulis Usman Dwi Purwoko. Keyakinan publik terhadap polisi didasarkan pada kinerja polisi pada potensi tertinggi mereka dan kepuasan publik terhadap polisi.

Berbagai lembaga dan kelompok, baik di dalam maupun di luar tubuh Polri telah melakukan jajak pendapat untuk menilai kinerja Polri. Internal Polri, Puslitbang Polri, juga terus melakukan penelitian tentang tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Polri. Temuan penelitian dari tahun 2015 hingga 2018 menunjukkan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap polisi.

Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Polri berturut-turut adalah 65,92%, 68,99%, 80,31%, dan 82,32% dari tahun 2015 dan 2018. Permasalahan yang menjadi fokus kajian ini adalah sebagai berikut: (1) Persepsi masyarakat terhadap pelayanan kepolisian yang diukur dari lima fungsi pokok kepolisian dan lima indikator pelayanan kepolisian (2) Kinerja Polri yang diukur dengan indikator pelayanan kepolisian dan fungsi kepolisian di seluruh Polda (3) Bagaimana tanggapan masyarakat umum terhadap kinerja Polri di masing-masing Polda? (4) Bagaimana perasaan petugas Polri tentang inisiatif untuk menyediakan

layanan polisi terbaik? Pendekatan metode campuran akan digunakan untuk menyelesaikan setiap masalah ini (kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif).

Data-data di peroleh dari penyebaran kuesioner dan FGD (*Focus Group Discussion*). Instrumen didalam penelitian ini adalah *kuesioner* dan *panduan wawancara*. *Informan* dalam penelitian ini adalah anggota Polri dan masyarakat. *Informan* penelitian dari masyarakat adalah warga masyarakat yang pernah bersentuhan dengan layanan kepolisian. Sedangkan, *informan* personel Polri yang terlibat dalam FGD pada tingkat Polres meliputi: a. Ka/ Wakapolres; b. Kabag Ops; c. KabagRen; d. KabagSumDa; e. Kasat Intelkam; f. Kasat Reskrim; g. Kasat Narkoba; h. Kasat Sabhara; i. Kasat Lantas; j. Kasat Binmas.

Berdasarkan hasil jajak pendapat tahun 2019, masyarakat pada umumnya memiliki persepsi positif terhadap polisi berdasarkan lima ukuran pelayanan kepolisian. Proporsi skor pada lima indikator pelayanan kepolisian yaitu 57,86% yang menunjukkan peringkat terendah masih di atas 50% sebagai gambaran akan hal tersebut. Menurut rangking besaran kepercayaan pada masing-masing lima fungsi kepolisian, dari yang tertinggi hingga terendah: fungsi intelijen (86,46%), kemudian fungsi (81,80%), fungsi binmas (83,54%), fungsi Sabhara (79,71%), dan fungsi kriminal (57,86%). Lima indikator pelayanan kepolisian, yaitu kesesuaian (77,99%), daya tanggap (77,78%), jaminan (77,37%), dan keandalan (77,39%), digunakan untuk mengurutkan tingkat kepercayaan masyarakat. (Dwi Purwoko, 2020)

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di markas komando kepolisian daerah kepri atau Polda Kepri yang juga memiliki citra

positif ini, dalam penelitian ini penulis berupaya mengungkapkan strategi yang di lakukan Polda Kepri sehingga bisa menjaga citra positif instansi tersebut.

Berdasarkan observasi yang di lakukan oleh peneliti di lembaga kepolisian yang ada di Kota Batam yaitu Polda Kepulauan Riau yang selanjutnya akan di sebut Polda Kepri memiliki citra positif, oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan Penelitian dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI POLDA KEPRI DALAM MENJAGA CITRA POSITIF INSTANSI”.

1.2 Fokus Penelitian

Pada dasarnya mengacu pada permasalahan yang ada di latar belakang yang sudah di tuliskan, dan peneliti akan melakukan penelitian melalui pengetahuan yang diperoleh dari lapangan dengan kepentingan ilmiah ataupun kepustakaan lainnya, yang difokuskan pada strategi komunikasi Polda Kepri dalam menjaga citra positif instansi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Polda Kepri Dalam Menjaga Citra Positif Instansi ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Polda Kepri Dalam Menjaga Citra Positif Instansi.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memiliki manfaat teoritis dan manfaat praktis untuk pembaca sebagai akademisi maupun praktisi profesi.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat untuk menambah literature penelitian kualitatif ilmu komunikasi khususnya mengenai strategi komunikasi organisasi dalam menjaga citra positif instansi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan praktis berupa pengetahuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi kepolisian dalam menjaga citra instansi. Dengan adanya penelitian ini, maka peneliti berharap dapat memberikan informasi dan pengetahuan kepada praktisi kehumasan bahwa strategi komunikasi merupakan salah satu cara yang baik untuk menjaga citra instansi.