

BAB III

SAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Sajian Data

Pada Bab III kali ini, peneliti akan menyajikan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa informan yang telah peneliti tentukan sebelumnya didukung dengan dokumentasi serta arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian. Data yang diperoleh tersebut berupa strategi-strategi yang dilaksanakan oleh Humas Polda DIY untuk mensosialisasikan program aplikasi pelayanan publik berbasis teknologi informasi kepada masyarakat DIY periode Agustus 2016 yakni setelah acara *launching* aplikasi Polisi Kita hingga Februari 2017. Informan yang peneliti pilih dalam penelitian ini yakni dari Internal Polda DIY yaitu Konsultan Ahli Humas Polda DIY, Staf Bidang Teknologi Informasi Polda DIY terkait dengan pengoperasionalan aplikasi, dan perwakilan masyarakat DIY pengguna aplikasi Polisi Kita tersebut. Setelah penyajian data, peneliti akan melanjutkan dengan melakukan analisis data sesuai dengan tinjauan pustaka yang tertera pada Bab I.

Peneliti akan menjabarkan sajian data yang disusun berdasarkan bagaimana proses kerja dari Bidang Hubungan Masyarakat dalam melaksanakan sebuah program dimulai dari konsep perencanaan dan identifikasi masalah, kemudian proses komunikasi atau pelaksanaan kegiatan dari rencana dan fakta-fakta yang ditemukan, serta evaluasi dari kegiatan yang telah dilaksanakan tersebut. Sajian data dari Bidang Humas tersebut akan peneliti kolaborasikan dengan data yang diperoleh dari Bidang

TI Polda DIY dikarenakan pengoperasionalan kerja dari aplikasi Polisi Kita dikontrol oleh staf Bidang TI yang nantinya akan berhubungan dengan data yang peneliti dapatkan dari Bidang Humas. Sajian data terakhir yang akan peneliti sajikan ialah dari masyarakat umum DIY khususnya yang telah mengunduh dan menggunakan aplikasi pada suatu kejadian, hal ini akan memberikan keterangan terkait implementasi strategi dari Bidang Humas untuk mensosialisasikan program terlaksana dengan efektif atau tidak.

1. Perencanaan Bid Humas Polda DIY dalam Mensosialisasikan Program Aplikasi Polisi Kita

Rumusan perencanaan yang matang, akan menghasilkan suatu program PR yang efektif. Perencanaan program PR didasarkan kepada fakta dan landasan berpikir yang sehat serta memiliki kejelasan arah dan tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, perlu ditekankan bahwa penelitian (*research*) merupakan hal yang sangat vital membuat suatu perencanaan program (Ruslan, 2016:153).

a. Penemuan Fakta (*Fact Finding*)

1) Memperhatikan Perkembangan Sosial, Politik, Ekonomi, yang Berhubungan dengan Organisasi.

Latar belakang Polda DIY menciptakan aplikasi Polisi Kita berawal dari visi misi Kapolri Jenderal Polisi M. Tito Karnavian setelah dilantik pada 13 Juli 2016 lalu. Beliau membuat visi misi yaitu sebuah program kedepan untuk polri bernama

“Promoter” singkatan dari Profesional, Modern, dan Terpercaya. Program tersebut memiliki 10 poin penjabaran program prioritas yang salah satunya berbunyi “Peningkatan Pelayanan Publik yang Lebih Mudah Bagi Masyarakat Berbasis Teknologi Informasi (TI)”. Kapolri menginginkan agar Kepolisian Indonesia dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman dimana saat ini pelayanan publik konvensional tidak cukup untuk melayani masyarakat secara luas dan cepat, Kepolisian saat ini harus mampu meningkatkan kualitas pelayanannya agar stigma masyarakat terhadap Kepolisian kembali membaik salah satunya dengan menjadi Polisi yang modern dalam arti mengikuti perkembangan zaman.

“Latar belakang adanya aplikasi berbasis TI Polisi Kita yakni visi misi bapak Kapolri Tito Karnavian, beliau punya visi yaitu PROMOTER menjadikan polisi itu Profesional, Modern dan Terpercaya. Visi misi tersebut selaras juga dengan visi misi dari bapak Presiden yakni Nawa Cita, salah satu poinnya adalah ‘Kehadiran Negara Di Tengah-Tengah Masyarakat’. Polri sebagai alat Negara pada Undang-Undang Negara Nomor 2 ‘melindungi dan mengayomi masyarakat, penegakkan hukum, dan Harkamtibnas.’ (Hasil Wawancara dengan AKP Parliska Febrihanoto – Staf Bidang TI Polda DIY, 27 April 2017)

Promoter Kapolri bidang TI tersebut selaras dengan rancangan sembilan agenda prioritas Presiden yang disebut Nawa Cita Presiden RI pada poin pertama menyebutkan “Menghadirkan Kembali Negara untuk Melindungi Segenap Bangsa dan Memberikan Rasa Aman Pada Seluruh Warga Negara.” Kapolri menuntut agar Kepolisian bisa berdampingan dengan masyarakat dalam rangka menciptakan situasi yang aman dan tertib, salah satu cara yang efektif ialah memanfaatkan kecanggihan teknologi. Polda DIY merupakan salah satu Kepolisian Daerah di Indonesia yang

berusaha mencapai target itu, bekerjasama dengan masyarakat untuk menciptakan situasi aman dan tertib, salah satunya dengan menciptakan sebuah program aplikasi dimana aplikasi tersebut dapat digunakan Kepolisian dan masyarakat secara bersamaan dalam bentuk aplikasi pengaduan atau pelaporan.

2) Mengumpulkan Berbagai Macam Data untuk Diolah Menjadi Informasi

Bid Humas melihat pada perkembangan masyarakat Indonesia saat ini khususnya DIY, bahwa penggunaan internet sudah bukan menjadi hal yang asing bagi masyarakat. Polisi Kita diciptakan untuk menyeimbangkan perkembangan tersebut, Polda DIY sebagai pengayom dan pelindung masyarakat berusaha semaksimal mungkin dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat dari segala sisi, termasuk melalui media internet sebagai sarana penyebaran informasi tercepat yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Bid Humas mengumpulkan data-data dasar yang membuktikan bahwa internet menjadi salah satu kebutuhan terbesar masyarakat saat ini untuk selanjutnya digunakan sebagai informasi mengenai latar belakang diciptakannya Polisi Kita.

“Tujuan utama ialah mengikuti perkembangan zaman, dimana masyarakat saat ini beralih menjadi masyarakat digital, sebagian masyarakat yang kita baca dari data menurut Kominfo yang diakses, ada sekitar 100 juta lebih pengguna internet di Indonesia tahun 2016 dengan sebagian besar pengguna internet berada di pulau Jawa. Jogja dengan keadaan miniatur kota yang seperti ini, begitu banyak pelajar dan mahasiswa, sebagian besar dari mereka menggunakan internet dan lambat laun menjadi masyarakat digital dimana semua akses melalui data, kami membaca itu sehingga kami

mulai menciptakan layanan aplikasi yang memudahkan masyarakat untuk melaporkan, menyampaikan informasi dan menyampaikan aspirasi kepada Polda DIY sehingga kami dengan cepat merespon dan mengambil tindakan.” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017)

Riset yang dilakukan oleh lembaga riset pasar e-Marketer yang dirangkum dalam Sorotan Media yakni Kompas.com di website Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia menyebutkan bahwa Indonesia menempati peringkat keenam jumlah pengguna internet terbanyak di dunia yakni 102,8 juta pengguna, dan diprediksi akan terus meningkat pada tahun 2017 sebanyak 112,6 juta pengguna (https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media , Diakses Tanggal 10 Februari 2017). Hal tersebut membuktikan bahwa internet saat ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat, terlebih untuk mencari informasi terkini disekitarnya. Polda DIY memanfaatkan hal tersebut untuk mempererat hubungan masyarakat dengan polisi menjadi semakin baik dan terjalin kuat dengan adanya laporan pengaduan berbasis aplikasi tersebut.

“Polda DIY menjabarkan bagaimana polisi-polisi di DIY ketika masyarakat ada masalah bisa langsung ada di lokasi. berawal dari Call center 0274-886000, yang menjadi kekhawatiran ketika masyarakat tidak punya pulsa untuk menelfon, akhirnya kami membuat SMS Center 08112929000 agar biaya lebih murah, timbul kekhawatiran lagi ketika biaya tersebut juga mahal, namun melihat masyarakat saat ini banyak yang sudah memiliki *smartphone* yang terhubung dengan koneksi internet. Tercetuslah kami untuk membuat aplikasi berbasis android yakni Polisi Kita” (Hasil Wawancara dengan AKP Parliska Febrihanoto – Staf Bidang TI Polda DIY, 27 April 2017).

Sebelum menciptakan Polisi Kita, Polda DIY terlebih dahulu memiliki layanan Kepolisian untuk masyarakat yakni *Call Center* dan *Short Message Service (SMS) Center*, namun dengan adanya kekhawatiran bahwa layanan Kepolisian untuk masyarakat secara konvensional tersebut akan ditinggalkan, maka Polda DIY berusaha meningkatkan layanannya agar masyarakat lebih aktif untuk melaporkan kejadian-kejadian di sekitar dan membuat hubungan Polisi dan masyarakat saling menguntungkan, masyarakat melaporkan dan Polisi segera merespon dan menindak cepat.

“Polisi Kita diciptakan merupakan sebuah inovasi terbaru dari Polda DIY pada saat itu, dimana di daerah lain belum ada aplikasi serupa. Aplikasi-aplikasi serupa yang diciptakan setelah Polisi Kita seperti *Smile Police* di Semarang, Polisi Kita Sumatera Utara, dan lain sebagainya merupakan bentuk pengembangan dari Polisi Kita Polda DIY itu sendiri. selain pengguna dapat melaporkan kejadian melalui *message*, bisa juga melalui atau *VOIP Call* secara gratis dan akan langsung direspon oleh petugas *Command Center* yang siaga dan dapat menjangkau seluruh Polres dan Polsek seluruh DIY” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017)

Aplikasi Polisi Kita merupakan layanan Kepolisian dan pelaporan masyarakat berbasis aplikasi android pertama di Indonesia, dengan fasilitas telpon menggunakan koneksi internet jadi ketika pelapor tidak memiliki pulsa tidak perlu bingung untuk melapor selama paket data internet masih ada, telpon akan tersambung secara gratis. Begitu pula dengan laporan melalui foto, dapat meminimalisir terjadinya manipulasi laporan karena sistem laporan foto tersebut *Real-Time* dan akan terpantau lokasi pelapor melalui GPS. Aplikasi tersebut memudahkan laporan masyarakat terbukti

dengan pengembangan yang dilakukan oleh Kepolisian di daerah lain bahkan Polri sekalipun yang terinspirasi dari aplikasi Polisi Kita.

“Masyarakat dapat melaporkan kejadian di sekitar mereka dengan Aplikasi Polisi Kita melalui fitur ‘Laporkan’ Dengan mengirim gambar yang diambil langsung tidak mengunduh dari gambar yang sudah disimpan di galeri *gadget*, gambar akan langsung diterima di Posko Promoter dan akan langsung termonitor oleh anggota piket kemudian langsung dilaporkan kepada Pamenwas yang selanjutnya akan memberi arahan untuk tindakan selanjutnya. Fitur *Call VOIP* yang akan langsung menghubungkan dengan kantor polisi yang dituju, Aplikasi ini harus mengaktifkan GPS agar bisa bekerja dengan maksimal” (Hasil Wawancara dengan AKP Parliska Febrihanoto – Staf Bidang TI Polda DIY, 27 April 2017).

Respon dan tindakan cepat dari Kepolisian untuk setiap laporan yang masuk pada Polisi Kita membutuhkan pengawasan lebih dari staf khusus. Laporan-laporan tersebut dikontrol dan diawasi selama 24 jam oleh staf khusus yang ditempatkan pada Posko Promoter, dimana tempat tersebut dikhususkan sebagai mata Polda DIY mengawasi Wilayah DIY melalui teknologi Informasi seperti pemantauan CCTV Publik, media sosial Polda DIY, *Call Center*, *SMS Center*, Televisi dan Polisi Kita.



Gambar 3.1. Posko Promoter *Command Center* Polda DIY
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

Gambar di atas merupakan ruang *Command Center* Polda DIY atau bisa juga disebut Posko Promoter. Ruangan tersebut yang menjadi pusat kendali dalam semua pemantauan keamanan kota Yogyakarta oleh Polda DIY mulai dari CCTV Publik, *Call Center*, *SMS Center*, media televisi, hingga media sosial. Posko Promoter berada strategis tepat di loby kantor Polda DIY untuk memudahkan setiap anggota jika membutuhkan informasi, dan juga mewakili jargon *Jogja Smart City and Smart Police*.

“Yang berwenang di Posko Promoter yaitu Pamenwas yang berada langsung di bawah Karoops Polda DIY. Pembagian tugas disini Pamenwas mengawasi media sosial dibantu dengan anggota piket dari semua fungsi, jika terjadi suatu kejadian maka anggota akan melapor ke Pamenwas untuk mendapat arahan untuk menghubungi wilayah terdekat dari tempat kejadian” (Hasil Wawancara dengan AKP Parliska Febrihanoto – Staf Bidang TI Polda DIY, 27 April 2017).

Pengawasan *Command Center* atau disebut Posko Promoter tersebut dipimpin oleh Kepala Biro Operasional (Karoops) yang dibawahnya terdapat staf dari beberapa Satuan Kerja (Satker) yang bekerjasama secara bergantian mengawasi, mengontrol, dan merespon segala bentuk laporan dari masyarakat. Satker tersebut terdiri dari Biro Operasional (Roops), Bid TI, dan Bid Humas yang bergantian selama 24 jam dan bertanggungjawab mengenai informasi yang didapatkan dari masyarakat di tempat kejadian.

3) Menganalisis Informasi Agar Sesuai dengan Keperluan Organisasi atau Perusahaan

Proses kerja Humas ketika menyusun sebuah kegiatan yang ditujukan untuk eksternal atau masyarakat adalah menyusun beberapa perencanaan program meliputi strategi yang harus dilakukan agar kegiatan yang terlaksana nantinya menjadi efektif dan target sasaran yang direncanakan mendapatkan efek dari pengemasan kegiatan yang sudah direncanakan secara matang. Humas Polda DIY tidak menyiapkan waktu khusus untuk merencanakan sosialisasi Polisi Kita, fakta-fakta yang terkumpul untuk dapat mendefinisikan apa yang masyarakat butuhkan dari aplikasi dan bagaimana cara menarik masyarakat adalah saat di lapangan.

“Saat ini Bidang Humas Polda DIY masih konvensional, jadi ketika mensosialisasikan sebuah program, hal yang rutin dilakukan adalah *release* untuk media cetak tanpa melakukan survey terlebih dahulu apa yang sangat diperhatikan oleh masyarakat. yang membedah itu malah Bidang TI karena awal mulanya memang Humas tidak ada evaluasi secara khusus mengenai Polisi Kita, dan ketika melakukan sosialisasi dari tingkat Senkom yang berkebutuhan di bagian keamanan dan untuk urusan TI kurang memahami, permasalahannya adalah ternyata sosialisasi Polisi Kita jika kita mengumpulkan orang dalam jumlah banyak dalam satu ruangan dan metode penyampaian informasi yang digunakan masih konvensional semacam *class room*, mereka akan jenuh, ngantuk, dan bahkan *gadget* mereka pun belum banyak yang *support* untuk *download* Polisi Kita. Fakta dan permasalahan ditemukan saat di lapangan” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Penemuan masalah ditemukan oleh Bid TI Polda DIY saat di lapangan, dikarenakan Bid TI memiliki tanggungjawab di bidang operasional Polisi Kita sejak aplikasi tersebut dirancang dan bisa digunakan untuk masyarakat umum, sehingga

Bid TI memiliki tugas untuk bisa mensosialisasikan Polisi Kita ke masyarakat. Bid TI mensosialisasikan Polisi Kita kepada Senkom Mitra Polri, yakni merupakan kelompok masyarakat yang ingin berperan dalam membantu menginformasikan dan membantu pengamanan lingkungan. Sosialisasi tersebut dilaksanakan secara konvensional yakni *class room*, mengumpulkan peserta dalam satu ruangan kemudian diberikan penjelasan mengenai Polisi Kita. Hasilnya adalah sosialisasi itu tidak berjalan efektif, karena Bid TI tidak mengemas sosialisasi itu dengan menarik, jadi membuat banyak peserta cenderung cepat jenuh dan tidak konsentrasi, bahkan Bid TI tidak mengetahui bahwa banyak peserta sosialisasi saat itu tidak memiliki *gadget* yang mendukung untuk mengunduh aplikasi Polisi Kita. Bid TI membuat kesimpulan dari temuan masalah tersebut bahwa kedepannya sosialisasi harus dikemas dengan lebih efisien dengan langsung menasar pada target yang memiliki berkemungkinan besar untuk tertarik mengunduh aplikasi.

“Kami melihat, masyarakat saat ini melaporkan kejadian di sosial media hanya ingin curhat tentang apa yang dialami misalnya kemalingan, dia *update* tentang kejadian tersebut dan si maling otomatis dikecam dan di *bully* pada postingan tersebut sudah cukup bagi si korban. karena kami pernah secara personal mengajak orang-orang yang *update* status tentang kejadian tersebut untuk dapat melapor di SPKT, dan tidak ada yang pernah datang untuk laporan” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bapak Udi Artya pernah melakukan survey secara personal kepada orang-orang yang melaporkan tindak kriminal seperti pencurian pada akun grup *Facebook* ICJ (Info Cegatan Jogja), Beliau mengajak para korban tersebut untuk langsung melapor di SPKT Kepolisian terdekat agar cepat ditindak oleh Polisi. Namun, respon

dari masyarakat yang menjadi korban tersebut malah menunjukkan bahwa mereka tidak ingin berurusan lebih jauh dengan polisi, karena dengan melaporkan kejadian yang dialaminya di grup tersebut sudah cukup. Menurut korban, dengan laporan kejadian yang dilihat dan di respon secara simpati oleh anggota-anggota dalam grup sudah membuat si korban merasa masalahnya sedikit berkurang. Namun, ketika melaporkannya ke Polisi, urusan akan semakin runyam, barang yang telah dicuri sudah tidak bisa kembali tetapi korban harus bolak-balik mengurus laporan tindak kriminal ke kantor Polisi. Temuan fakta tersebut yang membuat Bapak Udi Artya mengajak tim untuk memaksimalkan kerja media sosial.

b. Perencanaan (*Planning*)

1) Menentukan Teknik Komunikasi

Dalam tahap perencanaan, perlu adanya pemikiran mengenai apa yang dikomunikasikan dan bagaimana cara mengkomunikasikan sebuah program agar dapat diterima oleh sasaran dengan baik. Begitu pula dengan menentukan bagaimana mengkomunikasikan Polisi Kita kepada masyarakat oleh Bid Humas, seperti yang dikatakan oleh Bapak Udi Artya sebagai berikut:

“Belum ada diskusi khusus membahas media komunikasi apa yang kita pakai untuk mensosialisasikan Polisi Kita” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bidang Humas Polda DIY tidak memiliki waktu rapat khusus membahas mengenai rencana menggunakan media komunikasi apa untuk mensosialisasikan Polisi Kita, karena keterbatasan anggaran yang diberikan pada tiap Satker di Polda

DIY membuat rencana kegiatan dan pemilihan media komunikasi menjadi terbatas, jadi Bid Humas Polda DIY sebagian besar menyusun kegiatan tersebut atas perintah Kapolda atau memang menjadi agenda rutin Bid Humas.

a) Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi untuk mengkomunikasikan sebuah program merupakan bagian yang penting, karena masing-masing media memiliki kekurangan dan kelebihan. Begitu pula dalam hal mensosialisasikan Polisi Kita, sebagai aplikasi yang berbasis sosial media, perlunya pemikiran mengenai media yang efektif untuk dapat mensosialisasikannya agar diterima dengan baik oleh masyarakat, informan utama mengemukakan sebagai berikut:

“Saya dalam pengelolaan media komunikasi bersama tim cenderung lebih kepada media sosial ketika sosialisasi Polisi Kita. Alasannya karena murah, *real-time*, dan bisa menulis sebanyak apapun. Maka dari itu Bid TI membuat akun khusus Polisi Kita di Facebook agar dapat disosialisasikan secara khusus dan mendalam, namun jumlah pengikutnya sedikit karena kemampuan untuk bersosialisasi dari mereka rendah” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Udi Artya Setyawan merupakan Konsultan Ahli Bidang Humas Polda DIY, beliau juga bertugas sebagai jurnalis khusus media internal Polda DIY yakni Tribhata News Jogja. Beliau mengatakan bahwa media yang paling efektif dalam mengkomunikasikan suatu program kepada khalayak umum secara mudah, murah, dan cepat ialah melalui media sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian besar informasi yang diterima masyarakat dan menjadi *viral* berasal dari media sosial. Oleh karena itu, Bapak Udi Artya saat ini mengelola secara khusus media sosial resmi

Polda DIY yang dilakukan bersama tim agar masyarakat lambat laun melihat bahwa Kepolisian Yogyakarta dapat membaur di tengah masyarakat dengan dihadirkannya media sosial Polda DIY secara aktif dan responsif melalui berita yang dihadirkan pada website resmi Polda DIY Tribrata News Jogja, dan media sosial Facebook, Twitter, Instagram resmi Polda DIY.

“Media-media konvensional saat ini kurang efektif dibanding media sosial, dan strategi yang seharusnya dilakukan Humas ialah bagaimana mencari *followers* paling banyak, membuat interaksi yang menarik untuk masyarakat. Hal itu yang belum dilakukan sampai sekarang” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bapak Udi mengatakan bahwa Bid Humas saat ini memiliki kekurangan dalam hal merencanakan strategi bagaimana menarik interaksi masyarakat melalui media sosial, dengan itu akan sangat mudah bagi Polda DIY memperkenalkan Polisi Kita. Bid Humas masih menggunakan strategi konvensional dalam mempromosikan program Polda DIY, padahal menurut beliau Polisi Kita merupakan program aplikasi layanan publik berbasis internet, maka promosi yang lebih efektif juga melalui internet, yakni media sosial.

b) Menentukan Target Sasaran

Tidak hanya memikirkan melalui media apa sebuah program diperkenalkan, namun mempertimbangan dan menentukan target sasaran kepada siapa saja program tersebut akan dikomunikasikan merupakan hal yang penting pula agar nantinya program lebih cepat dimengerti karena sebelumnya target sasaran sudah dipilih, Bid Humas mengemukakannya sebagai berikut:

“Humas tidak pernah menentukan target sasaran khusus ketika mensosialisasikan Polisi Kita, Bidang TI yang sudah menentukan targetnya yakni jajaran SPKT Polsek dan Polres, karena berawal dari tugas TI mensosialisasikan Polisi Kita Internal namun juga sekaligus yang eksternal” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bid Humas memiliki target untuk mensosialisasikan Polisi Kita ialah tidak lain seluruh masyarakat DIY, Bid Humas meyakini bahwa sebagian besar penduduk DIY memiliki gadget yang terkoneksi dengan internet dan mendukung untuk mengunduh aplikasi. Tidak ada target sasaran khusus ketika mensosialisasikan Polisi Kita, maka dari itu kegiatan Humas yang dilaksanakan sebagian besar masih konvensional untuk menjangkau masyarakat secara umum.

2) Merumuskan Bagaimana Pesan Itu Harus Disebarkan

Inti dari perencanaan program ialah bagaimana program tersebut dapat diterima oleh target sasaran secara baik, jelas, dan menyeluruh. Tugas Bid Humas ialah merumuskan segala hal yang berhubungan dengan komunikasi, baik mengenai siapa saja yang harus menerima informasi juga mengenai bagaimana penyebaran informasi tersebut, informan Bid Humas mengemukakan sebagai berikut:

“Rencana promosi ada yakni teks berjalan *website*, dan *sms blast* kerjasama dengan provider Telkomsel agar langsung menyasar pada target sasaran yang ingin dituju Polda DIY” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bapak Udi Artya sebagai Konsultan Ahli Humas sempat memiliki rencana untuk mengadakan kerjasama dengan Provider besar yakni Telkomsel untuk mensosialisasikan Polisi Kita dalam bentuk *SMS Blast* atau penyebaran pesan secara

massal kepada pengguna *provider* tersebut yang biasa disebut *SMS Broadcast*. Isi pesannya tidak lain ialah himbuan untuk masyarakat DIY mengunduh aplikasi Polisi Kita untuk melaporkan segala kejadian lebih mudah, dan akan langsung tersambung dengan *link download* dari Polisi Kita tersebut. Namun rencana tersebut tidak terlaksana dikarenakan tidak adanya tindak lanjut mengenai pembahasan *sms blast* di rapat internal Bid Humas.

“Kami mulai berusaha masuk kepada operator Smartfren, *sms broadcast* kepada seluruh pelanggan Smartfren, dalam *sms* itu terdapat *link* yang terhubung dengan *Google Playstore* agar masyarakat bisa langsung *download*. karena kami melihat secara urgenitas, *messenger* seperti *Whatsapp* (WA), *BBM* (*Blackberry Messenger*) dan sebagainya itu masih kalah dengan *SMS*, secara psikologi, ketika seseorang menerima *SMS* pasti langsung dibuka, tetapi kalau ada *message* dari WA/BBM cenderung menunda. Hal tersebut kita manfaatkan sebagai penetrasi dari segi sosialisasi kepada masyarakat” (Hasil Wawancara dengan AKP Parliska Febrihanoto – Staf Bidang TI Polda DIY, 27 April 2017).

Rencana untuk memperkenalkan Polisi Kita melalui *sms blast* juga dikatakan oleh Staf Bid TI AKP Parliska, namun dengan *Provider* berbeda yakni Smartfren. Beliau mengatakan bahwa tingkat urgenitas pesan melalui *SMS* lebih tinggi dibandingkan pesan dari aplikasi dalam bentuk *chatting* seperti WA atau BBM. Menurut beliau, ketika Polisi Kita diperkenalkan melalui *SMS Blast*, sebagian besar pengguna Smartfren yang berada di DIY akan membaca pesan tersebut, karena pesan disampaikan melalui *SMS*, jadi kesempatan untuk masyarakat dapat mengunduh Polisi Kita melalui *link* yang terdapat pada pesan tersebut lebih terlihat. Rencana tersebut terealisasi pada tanggal 15 Mei 2017 lalu:

Dptkan MIFI Andromax dgn download Aplikasi "Polisikita" di <https://goo.gl/C1acJK>. Laporkan kejadian, tindak pidana & kecelakaan segera. Info 088806818818 *SKB

Gambar 3.2. SMS *Blast* Polisi Kita kepada pelanggan Smartfren DIY
(Sumber: SMS *Blast* Smartfren DIY)

Polda DIY berhasil menjalin kerjasama dengan Provider Smartfren untuk mempromosikan Polisi Kita kepada masyarakat melalui SMS *Blast*. Target yang disasarkan oleh Polda DIY tentu masyarakat seluruh DIY, sehingga pihak Smartfren mengirimkan SMS tersebut kepada seluruh pelanggan Smartfren yang berdomisili di DIY sebanyak kurang lebih 500.000 pelanggan. Seperti pada gambar di atas, SMS tersebut berisi ajakan untuk mengunduh Polisi Kita sebagai aplikasi pelaporan kejadian, tindak pidana, dan kecelakaan dengan MIFI Andromax dari Smartfren yakni sebuah Wifi atau koneksi internet berbentuk *mobile portable* yang bisa dibawa kapan saja dan di mana saja sebagai imbalan hadiahnya. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan yang menerima SMS tersebut tertarik untuk membaca pesan serta mengunduh aplikasi Polisi Kita dengan *link* yang telah tersedia, walaupun hadiah tersebut akan diberikan dalam bentuk pengundian. Pihak *Corporate Solution* Smartfren Jogja menjadwalkan SMS *blast* promosi Polisi Kita serentak akan dilaksanakan kembali pada 28 Mei 2017.

“Sebelumnya kami sudah pernah mengusulkan kepada Kapolda sebelum Polisi Kita *Launching* yakni menyiapkan banyak strategi sampai kepada evaluasinya secara berkala untuk melihat respon orang yang sudah mengunduh dan jumlah laporannya, tetapi Kapolda memerintahkan untuk tetap *Launching*, karena kebetulan saat itu Kapolri datang ke Mapolda (Markas Polda)” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Kapolda DIY pada saat itu Drs. Prasta Wahyu Hidayat, M.Hum sekaligus pencetus ide Polisi Kita memerintahkan untuk menyegerakan acara Pra *Launching* Polisi Kita karena bertepatan dengan kunjungan dari Kapolri Jenderal Polisi M. Tito Karnavian ke Markas Polda DIY (Mapolda DIY). Bapak Udi sebagai perwakilan Bid Humas menyarankan Kapolda untuk berdiskusi mengenai persiapan sebelum *Launching* Polisi Kita dilaksanakan, memantau jumlah pengunjung dan laporan yang masuk untuk kemudian dievaluasi hingga menyiapkan strategi-strategi yang banyak agar informasi adanya aplikasi Polisi Kita diketahui secara menyeluruh warga DIY. Namun, pada tanggal 8 Agustus 2016 terdapat agenda kunjungan kerja Kapolri ke Mapolda DIY, oleh karena itu Kapolda memerintahkan Bid Humas dan Bid TI untuk Polisi Kita segera di persiapkan *Launching*nya agar Kapolda dapat mempresentasikan dihadapan Kapolri secara langsung beberapa program unggulan Kapolri dibidang teknologi informasi termasuk Polisi Kita umum dan Polisi Kita Internal.



Gambar 3.3. Aplikasi Polisi Kita Internal
(Sumber : Google Playstore Polisi Kita Internal)

Aplikasi Polisi Kita terbagi menjadi dua, Polisi Kita yang dapat diunduh masyarakat umum dan Polisi Kita Internal yakni pengunduhnya hanya bisa anggota Kepolisian Yogyakarta yang tertera pada gambar di atas. Secara penggunaan diantara kedua aplikasi tersebut sama, untuk melaporkan kejadian dan saling mengetahui informasi, bedanya Polisi Kita Internal lebih kepada pantauan pimpinan yakni Pejabat Polda DIY terhadap anggota Kepolisian yang sedang bertugas di lapangan. Bid TI memiliki tanggungjawab untuk mensosialisasikan Polisi Kita Internal kepada seluruh internal Polda DIY melalui kebijakan yang diturunkan Kapolda DIY agar seluruh personil polisi diseluruh DIY mengunduh aplikasi tersebut, dan tugas Bid TI ialah mensosialisasikan dan mendemonstrasikan operasional dan fungsi aplikasi melalui apel rutin dan pertemuan khusus personil.

2. Pelaksanaan Strategi Bid Humas Polda DIY dalam Mensosialisasikan Program Aplikasi Polisi Kita

Bid Humas melaksanakan beberapa kegiatan komunikasi dalam rangka mensosialisasikan Polisi Kita kepada masyarakat umum DIY mulai Agustus 2016 hingga Februari 2017. Bapak Udi Artya sebagai perwakilan Bid Humas yang sangat berperan penting terhadap pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut, Beliau memaparkannya sebagai berikut:

a. Duta Humas Polda DIY

Bid Humas memiliki agenda pada awal tahun 2016 lalu yakni melakukan penyuluhan kepada pelajar di Yogyakarta dengan menggandeng komunikator yang

dapat menarik siswa, program tersebut dibuat karena Bid Humas mendapatkan anggaran dana lebih dari Kapolda untuk dapat digunakan Bid Humas melakukan kegiatan kehumasan dengan pendekatan kepada pelajar di Yogyakarta, karena mengingat tahun 2016 marak terjadi kasus kenakalan remaja dan penyalahgunaan narkoba membuat Polda DIY diwakili Bid Humas bertanggungjawab untuk memberikan edukasi dini bagi pelajar-pelajar di Yogyakarta.

“Duta Humas yakni menggandeng Dimas Diajeng dan Duta Pariwisata Yogyakarta untuk dapat mensosialisasikan kepada pelajar di sekolah-sekolah dengan mengangkat tema-tema yang berkaitan dengan permasalahan pada remaja saat ini seperti bahaya narkoba, kenakalan remaja, dan juga mensosialisasikan pentingnya aplikasi pelaporan Polisi Kita serta himbauan untuk mengunduh aplikasi tersebut. Duta Humas terbentuk mulai tahun 2016 atas ide dari Kabid Humas pada saat itu Bu Anny dan sosialisasi dilaksanakan setiap satu bulan 1-2 kali, itu strategi yang dirancang Bu Anny kemudian dilaksanakan oleh tim saat itu” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Duta Humas merupakan kegiatan yang dilaksanakan Bid Humas Polda DIY awal tahun 2016 lalu atas ide dari Kabid Humas Polda DIY saat itu Komisaris Besar Polisi Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos, M.Si. Duta Humas merupakan kegiatan Bina Penyuluhan (Binluh) dari Bid Humas Polda DIY kepada pelajar sekolah SMP dan SMA di DIY. Menggandeng Dimas Diajeng DIY sebagai perwakilan Polda DIY yakni Duta Humas untuk mensosialisasikan beberapa tema yang disiapkan kepada siswa-siswa tersebut.



Gambar 3.4. Bina Penyuluhan Duta Humas Polda DIY
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY, 8 Mei 2017*)

Gambar di atas merupakan bagian sesi tanya jawab dari Duta Humas Polda DIY kepada siswa dari kegiatan Binluh Duta Humas di salah satu SMA di Yogyakarta. Tema yang dipilih untuk dapat disampaikan kepada pelajar-pelajar tersebut meliputi permasalahan yang sering terjadi di kalangan remaja yang kebanyakan siswa SMP dan SMA yakni kenakalan remaja, bahaya narkoba, tertib berlalu lintas, dan kiat-kiat menjadi siswa berprestasi. Narasumber tidak hanya dari Dimas Diajeng DIY tetapi juga dari anggota kepolisian yang kredibel di bidang tema-tema tersebut seperti dari Direktorat Reserse Kriminal Umum, Narkoba, Lalulintas, dan dari Bid Humas sendiri yakni Sub Bidang Penerangan Masyarakat.

Dimas Diajeng dipilih sebagai Duta Humas dalam rangka Binluh untuk menarik minat siswa-siswi mendengarkan sosialisasi yang disampaikan. Gaya bicara Dimas Diajeng yang menarik dan tidak membosankan akan membuat siswa-siswi tersebut menjadi lebih fokus tentang apa yang disampaikan dan tentu menarik mereka

untuk interaktif ketika terdapat sesi tanya jawab, strategi tersebut yang diciptakan Bu Anny sebagai Kabid Humas saat itu.



Gambar 3.5. Bina Penyuluhan Duta Humas Polda DIY
(Sumber : Arsip Bid Humas Polda DIY, 8 Mei 2017)

Gambar di atas ialah saat tim Bid Humas yang diwakili oleh Kompol Sri Sumarsih yakni Kepala Sub Bidang Penerangan Masyarakat mensosialisasikan mengenai aplikasi Polisi Kita, karena target sasaran pelajar SMA yang sebagian besar memiliki *smartphone* yang mendukung untuk mengunduh Polisi Kita.

Binluh Duta Humas Polda DIY diadakan juga didukung dengan adanya dana anggaran dari Kapolda DIY untuk meningkatkan kegiatan kehumasan dengan pendekatan kepada masyarakat. Seiring kegiatan tersebut berlanjut sampai Agustus 2016 setelah *Launching* Polisi Kita, tema Binluh Duta Humas kepada pelajar ditambah dengan sosialisasi pentingnya aplikasi Polisi Kita. Melihat para pelajar saat ini sebagian besar memiliki *smartphone*, Bid Humas mencoba melakukan pendekatan kepada remaja yang rata-rata berusia 14-18 tahun untuk mengenal aplikasi laporan

masyarakat yang akan memudahkan mereka jika terjadi sesuatu di jalan. Penyampaian tentang Polisi Kita disampaikan langsung oleh Kepala Sub Bidang Penerangan Masyarakat Komisaris Polisi Sumarsih, dengan jadwal kegiatan mulai Agustus 2016 hingga November 2016 sebagai berikut :

Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan Bina Penyuluhan Duta Humas (Dimas Diajeng Jogja) Agustus – November 2016
(Sumber: Arsip Bid Humas Polda DIY, 8 Mei 2017)

NO	WAKTU	TEMPAT	NARASUMBER	TEMA
1	Senin, 15 Agustus 2016	SMA Bokpri 1 Yogyakarta	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih Ditresnarkoba Polda DIY AKP Endang Sulistyandini Duta Humas Jogja Dimas Aga Prastomo dan Diajeng Eni Yuniarsih	Aplikasi Polisi Kita Penyalahgunaan Narkoba Motivasi Belajar Siswa
2	Selasa, 16 Agustus 2016	SMA Bopkri 2 Yogyakarta	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih Ditresnarkoba Polda DIY AKP Endang Sulistyandini Duta Humas Jogja Dimas Aditya Yuda dan Diajeng Rizky Cahya B.	Aplikasi Polisi Kita Penyalahgunaan Narkoba Motivasi Belajar Siswa
3	Kamis, 18 Agustus 2016	SMK Muhammadiyah 2 Sleman	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih Ditresnarkoba Polda DIY AKP Endang Sulistyandini Ditlantas Polda DIY Kompol Suryati	Tertib Berlalu Lintas Aplikasi Polisi Kita Motivasi Belajar Siswa

			Duta Humas Jogja Dimas Sulfambara R. Arsyad dan Diajeng Eni Yuniarsih	
4	Jum'at, 23 September 2016	SMP Negeri 11 Yogyakarta	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih Kanit PPA Ditreskrim Kompol Khatarina Duta Humas Jogja Dimas Aga Prastomo dan Diajeng Tita	Aplikasi Polisi Kita Penanganan Kenakalan Remaja Kiat-Kiat Menjadi Remaja Berprestasi
5	Selasa, 27 September 2016	SMK 3 Piri Yogyakarta	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih Ditlantas Polda DIY Ipda Paryanto Kapolsek Mantrijeron Kompol Totok Duta Humas Jogja Dimas Yuda dan Diajeng Rizky Cahya Brilinawati	Aplikasi Polisi Kita UU No. 22 Th 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Kamtibnas Tips Menjadi Siswa Berprestasi
6	Rabu, 28 September 2016	SMP Negeri 4 Depok Sleman	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih Kanit PPA Kompol Retnowati Duta Humas Jogja Dimas Aga Prastomo dan Diajeng Eni Yuniarsih	Aplikasi Polisi Kita Pencegahan dan Penanganan Kenakalan Remaja Apa Yang Harus Dilakukan Untuk Bisa Menggapai Cita- Cita
7	Kamis, 29	SMK Negeri 2	Kasubbid Penmas Bidhumas	Aplikasi Polisi

	September 2016	Yogyakarta	<p>Polda DIY Kompol Sri Sumarsih</p> <p>PPA Dit Reskrimum Polda DIY Iptu Lidwina</p> <p>Duta Humas Jogja Dimas Aga Prastomo dan Diajeng Eni Yuniarsih</p>	<p>Kita</p> <p>Pencegahan dan Penanganan Kenakalan Remaja</p> <p>Menjadi Siswa Teladan dan Berprestasi</p>
8	Jumat, 30 September 2016	SMA Negeri 1 Depok Sleman	<p>Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih</p> <p>PPA Dit Reskrimum Polda DIY Iptu Lidwina</p> <p>Duta Humas Jogja Dimas Yuda dan Diajeng Rizky Cahya B.</p>	<p>Aplikasi Polisi Kita</p> <p>Pencegahan dan Penanganan Kenakalan Remaja</p> <p>Motivasi Belajar Siswa dan Kiat Menjadi Siswa Berprestasi</p>
9	Senin, 17 Oktober 2016	SMPN 1 Yogyakarta	<p>Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih</p> <p>Ditresnarkoba Polda DIY AKP Endang Sulistyandini</p> <p>Duta Humas Jogja Dimas Aga Prastomo dan Diajeng Eni Yuniarsih</p>	<p>Aplikasi Polisi Kita</p> <p>Bahaya Penyalahgunaan Narkoba</p> <p>Jauhi Narkoba, Kejar Prestasi</p>
10	Selasa, 18 Oktober 2016	SMPN 1 Depok Sleman Yogyakarta	<p>Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih</p> <p>Ditresnarkoba Polda DIY AKP Endang Sulistyandini</p> <p>Duta Humas Jogja</p>	<p>Aplikasi Polisi Kita</p> <p>Bahaya Penyalahgunaan Narkoba</p> <p>Kita-Kiat</p>

			Dimas Sulfambara dan Diajeng Rizky Cahya B.	Menggapai Prestasi
11	Rabu, 19 Oktober 2016	SMP Muhammadiyah 3 Depok Sleman	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kopol Sri Sumarsih Ditresnarkoba Polda DIY AKP Endang Sulistyandini Duta Humas Jogja Dimas Aga Prastomo dan Diajeng Eni Yuniarsih	Aplikasi Polisi Kita Bahaya Penyalahgunaan Narkoba Kita-Kiat Menggapai Prestasi
12	Kamis, 20 Oktober 2016	SMK Bokpri 1 Yogyakarta	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kopol Sri Sumarsih Ditresnarkoba Polda DIY AKP Endang Sulistyandini Duta Humas Jogja Dimas Yuda Aditya dan Diajeng Eni Yuniarsih	Aplikasi Polisi Kita Bahaya Penyalahgunaan Narkoba Kita-Kiat Meraih Prestasi
13	Kamis, 10 November 2016	SMK Negeri 2 Depok Sleman	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kopol Sri Sumarsih Kanit PPA Ditreskrim Kopol Khatarina Dikmas Lantas Polda DIY Kopol Sucipto Duta Humas Jogja Dimas Aga Prastomo dan Diajeng Rizky Cahya B.	Aplikasi Polisi Kita Bahaya Penyalahgunaan Narkoba Penanganan dan Pencegahan Kenalakan Remaja Tertib Berlalu Lintas Motivasi Belajar Siswa dan Kiat Menjadi Siswa Berprestasi

14	Jum'at, 11 November 2016	SMA TIGA MARET Yogyakarta	Kasubbid Penmas Bidhumas Polda DIY Kompol Sri Sumarsih Kanit PPA Ditreskrimum Kompol Khatarina Duta Humas Jogja Dimas Yuda Aditya dan Diajeng Eni Yuniarsih	Aplikasi Polisi Kita Pencegahan dan Penanganan Kenakalan Remaja Motivasi Belajar Siswa dan Kiat Menjadi Siswa Berprestasi
----	--------------------------------	---------------------------------	--	--

Tabel diatas merupakan jadwal kegiatan penyuluhan yang dirangkum secara garis besar berdasarkan waktu, tempat kegiatan, narasumber, serta tema pembahasahan. Kegiatan Binluh Duta Humas tersebut tidak dipersiapkan khusus untuk mensosialisasikan Polisi Kita karena kegiatan tersebut sudah dilaksanakan awal tahun 2016 sedangkan Polisi Kita resmi diluncurkan bulan Agustus 2016. Namun, Bid Humas memutuskan untuk menjadikan Polisi Kita sebagai salah satu tema penting yang harus selalu disampaikan kepada pelajar untuk tidak lupa mengunduh dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari ketika dalam keadaan darurat.

Pesan yang disampaikan Bid Humas kepada pelajar mengenai Polisi Kita mulai dari menghimbau pelajar untuk bijak dalam penggunaan media sosial, karena tindak kejahatan saat ini sangat rawan terjadi melalui media sosial, dari himbauan tersebut Narasumber Bid Humas mulai menjelaskan mengenai aplikasi yang dapat

membantu masyarakat DIY untuk melaporkan kejadian secara cepat hanya menggunakan aplikasi berbasis media sosial yakni Polisi Kita.

b. Kerjasama melalui Babinkamtibmas

Polda DIY memiliki beberapa Satuan Kerja (Satker) yang lingkup tugasnya berhubungan dengan masyarakat selain Bid Humas, untuk memaksimalkan penyebaran informasi Polisi Kita, Bid Humas merencanakan untuk dapat melakukan kerjasama dengan beberapa Satker yang berhubungan dengan masyarakat untuk dapat membantu sosialisasi.

“Melalui Babinkamtibmas (Bintara Keamanan Ketertiban Masyarakat) yakni *door to door system*, menyambangi rumah-rumah warga, sosialisasi dengan warga desa, kelurahan. selain itu juga melalui Senkom (Sentra Komunikasi Mitra Polri) yakni komunikasi lintas daerah dan wilayah, dari masyarakat yang membantu kepolisian untuk bisa mensosialisasikan Polisi Kita” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bapak Udi Artya Mengatakan bahwa sosialisasi Polisi Kita tidak selalu dilaksanakan oleh Bid Humas itu sendiri, karena Satker di Polda DIY begitupun di Satker kepolisian lainnya tidak dapat bekerja sendiri, pasti ada bantuan dan dukungan dari Satker lain dalam melaksanakan tugasnya karena akan saling berhubungan satu sama lain. Seperti pada kegiatan yang dilaksanakan Babinkamtibmas secara *door to door system* atau menyambangi rumah warga untuk melakukan sosialisasi ketertiban di berbagai kelurahan dan desa, Bid Humas dalam hal ini melakukan pendampingan kepada Satker lain karena pendekatan Bid Humas sendiri salah satunya kepada

masyarakat. Sosialisasi tersebut termasuk memperkenalkan masyarakat desa dan kelurahan mengenai aplikasi Polisi Kita.

Tidak hanya dibantu oleh Babinkamtibmas, Bid Humas dalam pelaksanaan sosialisasi juga dibantu oleh masyarakat yang tergabung dalam Sentra Komunikasi Mitra Polri (Senkom). Jadi Senkom tersebut membantu kerja Kepolisian dalam hal mensosialisasikan ketertiban dan keamanan masyarakat kepada warga sekitar termasuk mengenai Polisi Kita.

c. Kerjasama dengan Binmas

Bid Humas juga bekerjasama dengan Satker Binmas dalam rangka mensosialisasikan Polisi Kita kepada masyarakat, karena Binmas merupakan Satker yang sering berhubungan dengan masyarakat ketika mengadakan penyuluhan untuk tema-tema tertentu.

“Melalui pertemuan khusus seperti di PT KAI (Kereta Api Indonesia), Damkar (Pemadam Kebakaran), SAR (*Search and Rescue*), Polisi Bandara, juga disampaikan di sana. Kegiatan tersebut merupakan kolaborasi Humas dengan Binmas (Bina Masyarakat) yang direncanakan setiap setahun sekali” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Kegiatan rutin yang dilakukan setahun sekali oleh Bid Humas dan Binmas ialah pertemuan khusus dengan beberapa satuan yang terlibat langsung dengan pengamanan masyarakat seperti PT KAI, Damkar, SAR, Polisi Bandara. Sosialisasi Polisi Kita penting untuk disosialisasikan kepada beberapa satuan tersebut mengingat

tugas mereka dilapangan berhubungan dengan kejadian gawat darurat, untuk itu Bid Humas dan Binmas menargetkan mereka dalam tujuan sosialisasi.

d. Mobilisasi Bid Humas dengan Satker Polda DIY

Dalam pelaksanaan sebuah kegiatan, beberapa Satker yang di Polda DIY saling bantu untuk dapat menyelesaikan kegiatan tersebut, dengan lingkup kerja yang masih berhubungan.

“Mobilisasi satuan kerja (satker) di Polda DIY untuk membantu kerja Humas dalam mensosialisasikan Polisi Kita, contohnya seperti Binmas. Binmas itu beda departemen dengan Humas tapi masih satu lingkup kerja, karena tiap satuan kerja di Polda DIY tidak bisa lepas dari dukungan satker yang lain, tidak bisa bekerja sendiri begitupun ketika membuat event. contohnya adalah pengawasan *Command Center*, kerjasama antara Bidang Teknologi Informasi (Bid TI) ,Humas, SPKT (Sentra Pelayanan Kepolisian Terpadu), Roops (Biro Operasional)” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Tidak hanya bekerjasama ketika melaksanakan tugas atau kegiatan di lapangan, pengawasan Posko Promoter pun diawasi oleh beberapa Satker yang berhubungan dengan *Command Center* atau pelayanan Kepolisian. Begitu pula dengan kegiatan-kegiatan lainnya, seperti *event* yang dibuat oleh Bid Humas, tidak dapat bergerak sendiri tanpa adanya Satker lainnya.

e. Jumpa Pers Akhir Tahun Kapolda 2016

Pada pertemuan wartawan bersama Kapolda DIY Drs. Prasta Wahyu Hidayat, M.Hum bulan Juli 2016 dalam rangka Buka Puasa Bersama Kapolda DIY, rekan-rekan media mulai dari cetak dan elektronik diundang oleh Kapolda untuk selain

untuk buka puasa juga untuk *sharing* mengenai perkembangan Polda DIY secara santai dan non formal.

“Pertemuan besar-besaran dengan rekan-rekan wartawan saat acara buka puasa bersama Kapolda DIY, dan Jumpa Pers Akhir Tahun pasti disampaikan mengenai Polisi Kita” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Pada acara yang dikelola Bid Humas tersebut tak lupa Kapolda DIY menyampaikan mengenai aplikasi Polisi Kita yang menjadi inovasi terbaru Polda DIY kepada rekan media. Kapolda sengaja memberikan informasi lebih awal sebelum aplikasi tersebut *Launching* pada bulan Agustus 2016 mendatang agar informasi terobosan yang dimiliki Polda DIY sudah diketahui rekan media jauh-jauh hari.



Gambar 3.6. Jumpa Pers Akhir Tahun 2016 Kapolda DIY
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

Polisi Kita juga disampaikan pada agenda tahunan Polda DIY yakni Jumpa Pers Akhir Tahun 2016 Kapolda DIY seperti yang terlihat pada gambar di atas. Jumpa Pers Akhir Tahun 2016 Kapolda DIY merupakan kegiatan tahunan yang dilaksanakan untuk menyampaikan kepada para tamu undangan perkembangan

situasi Kamtibnas tahun 2016 di wilayah hukum Polda DIY maupun permasalahan actual yang berkembang sebagai pertanggungjawaban kinerja Polri khususnya Polda DIY kepada publik. Undangan yang hadir pada kegiatan tersebut ialah dari pejabat utama serta Kepala Satuan Wilayah (Kasatwil) jajaran Polda DIY, Ketua Komisi Informasi Daerah DIY, Ketua Komisi Penyiaran Indonesia DIY, Kepala Dinas Penerangan, Kepala Bagian Humas (Kabag) Pemerintah atau Instansi, Kabag Humas Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta DIY, serta wartawan media cetak dan elektronik.



Gambar 3.7. Jumpa Pers Akhir Tahun 2016 Kapolda DIY
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

Gambar di atas memperlihatkan saat Kapolda DIY diwawancarai oleh beberapa wartawan media terkait Jumpa Pers yang baru saja digelar. Acara yang diselenggarakan di Gedung Serbaguna Polda DIY pada bulan Desember 2016 lalu tersebut dimanfaatkan Kapolda DIY yang baru yakni Brigadir Jenderal Polisi (Brigjen Pol) Drs. Ahmad Dofiri, M.Si, beliau terpilih menjadi Kapolda DIY pada

bulan November menggantikan Brigjen Pol Drs. Prasta Wahyu Hidayat, M.Hum untuk memberikan informasi mengenai aplikasi Polisi Kita sebagai terobosan kreatif Polda DIY kepada para tamu undangan yang hadir.

f. *Video Conference* Kapolda DIY

Polda DIY memiliki agenda rutin namun tidak terjadwal khusus yakni *Video Conference* (Vicon). Vicon merupakan konferensi atau pertemuan jarak jauh melalui sambungan *video call* antara Kapolda DIY beserta jajaran dengan Pemerintah atau pejabat tinggi Negara.

“Vicon (*Video Conference*) Kapolda DIY dengan Gubernur, Pemerintah Daerah, dan petinggi Negara lainnya” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).



Gambar 3.8. *Video Conference* Kapolda DIY
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

Dalam Vicon tersebut Kapolda DIY seperti yang terlihat pada gambar di atas, Kapolda mendapat pendampingan dari Bid Humas yang berperan sebagai notulensi maupun menyiapkan beberapa hal apa yang disampaikan Kapolda DIY. Tidak lupa dalam Vicon tersebut Kapolda DIY menyampaikan mengenai Polisi Kita yang

diunggulkan Polda DIY sebagai terobosan kreatif pertama yang dimiliki Kepolisian Daerah se Indonesia.

g. Dialog Interaktif di Media Elektronik

Bid Humas memiliki agenda yakni Dialog Interaktif, kegiatan berdialog langsung di media massa seperti radio dan televisi dalam bentuk *Talkshow*. Kegiatan tersebut dilaksanakan pertengahan tahun dan dalam sebulan untuk televisi lokal 1 sampai 3 kali, untuk radio non komersil Jogja 4 sampai 8 kali.

“Talkshow di media televisi lokal 1 sampai 3 kali dalam sebulan: RBTv, Jogja TV, TVRI Jogja, ADITV. Media Nasional juga pernah, di MetroTV dan TVone. Kemudian Talkshow di Radio non komersil 4 sampai 8 kali dalam sebulan : RRI Jogja, Sonora, Jogja Family, UTY Fm, dan lainnya” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Tema yang disampaikan saat *Talkshow* tersebut berbeda-beda, Bid Humas biasanya menyampaikan saat hari besar Kepolisian atau tema yang menjadi bahan perhatian masyarakat saat ini yakni Kamtibmas.



Gambar 3.9. *Talkshow* Polda DIY di ADI TV dalam Rangka Hut Polwan

(Sumber : Arsip Bid Humas Polda DIY, 8 Mei 2017)

Gambar di atas yakni saat Kabid Humas ibu Anny Pudjiastuti menjadi narasumber pada *Talkshow* yang dilaksanakan di ADI TV bertemakan Hut Polwan pada bulan September 2016 lalu. *Talkshow* tersebut menjadi kesempatan yang sangat besar untuk Bid Humas menyampaikan apa yang menjadi terobosan Polda DIY yaitu aplikasi Polisi Kita. Mulai Agustus 2016, semua kegiatan *talkshow* Polda DIY memiliki poin penting yang harus disampaikan yakni Polisi Kita. Seperti yang tertera pada gambar diatas, Kabid Humas saat itu Ibu Anny Pudjiastuti menjadi narasumber dalam *Talkshow* yang dilaksanakan di ADI TV dalam rangka Hut Polwan ke 68. Tidak hanya membahas mengenai Polwan-Polwan di DIY, juga menyampaikan aplikasi Polisi Kita sebagai bukti Kepolisian DIY saat ini lebih modern dan lebih membaur kepada masyarakat dan menjangkau lebih luas.

h. *Launching* Polisi Kita

Aplikasi Polisi Kita resmi di*Launching* pada tanggal 11 Agustus 2016 lalu di Gedung Serbaguna Mapolda DIY sekaligus meresmikan *Call Center* Polda DIY 0274-886000 dengan rangka peningkatan pelayanan kepolisian DIY.

“Kita ada agenda *Launching* Polisi Kita Agustus 2016 kemarin tanggal 11 dengan mengundang jajaran pejabat Polda DIY, pemerintah daerah, penggiat sosial media, wartawan media lokal maupun nasional (cetak, televisi, radio)” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Aplikasi Polisi Kita resmi di*Launching* pada tanggal 11 Agustus 2016 lalu di Gedung Serbaguna Mapolda DIY sekaligus meresmikan *Call Center* Polda DIY

0274-886000 dengan rangka peningkatan pelayanan kepolisian DIY. Wakapolda DIY Komisaris Besar Polisi (Kombes Pol) Drs. Abdul Hasyim Gani, M.Si, mewakili Kapolda DIY 2016 Brigjen Pol Drs. Prasta Wahyu Hidayat, M.Hum meresmikan sebuah layanan masyarakat melalui aplikasi smartphone berbasis android yang dapat diunduh melalui *Google Play Store* dan membuka layanan *call center* 24 jam.



Gambar 3.10. Peresmian secara simbolis Polisi Kita dan *Call Center*
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY, 8 Mei 2017*)

Gambar di atas menunjukkan saat Wakapolda DIY Kombes Pol Drs. Abdul Hasyim Gani, M.Si secara simbolis menekan tombol “*launching*” sebagai tanda diresmikannya Polisi Kita dan *Call Center*. Acara tersebut turut mengundang banyak pihak seperti pejabat utama Polda DIY, perwakilan SPKT Polres dan Polsek di seluruh DIY, Pemerintah Daerah dan jajarannya serta rekan-rekan wartawan dari media cetak dan elektronik.



Gambar 3.11. Tamu Undangan *Launching* Polisi Kita, Agustus 2016
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

Tamu undangan yang hadir berdiri untuk menyanyikan lagu wajib Indonesia Raya, yang terlihat pada gambar di atas. Kepala Bidang TI (Kabid TI) Polda DIY Ajun Komisaris Besar Polisi (AKBP) Ir. M. Sjamsul Arief, M.T. di hadapan tamu undangan memaparkan bagaimana cara kerja dari aplikasi Polisi Kita serta memutar video mengenai simulasi penggunaan aplikasi tersebut. Tidak hanya Polisi Kita eksternal tetapi juga memperkenalkan Polisi Kita Internal yang dikhususkan untuk SPKT Polres, Polsek serta anggota Polri jajaran Polda DIY.



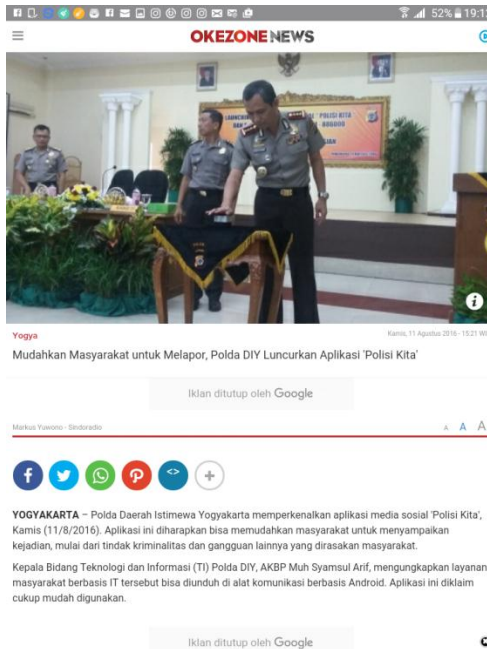
Gambar 3.12. Kabid TI Polda DIY memaparkan cara kerja Polisi Kita
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

Gambar diatas merupakan saat Kabid TI AKBP Ir. M. Sjamsul Arief, M.T. memberikan informasi kepada para tamu undangan mengenai aplikasi Polisi Kita. Kegiatan tersebut dilaksanakan oleh Bid Humas berkolaborasi dengan Bid TI, Bid Humas mempersiapkan tamu undangan termasuk mendampingi rekan-rekan wartawan yang hadir, sedangkan untuk Bid TI mempersiapkan secara teknis apa saja yang akan disampaikan selama *Launching* berlangsung seperti menyiapkan video demonstrasi Polisi Kita.



Gambar 3.13. *Door Stop* Wakapolda kepada media setelah *Launching* (Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

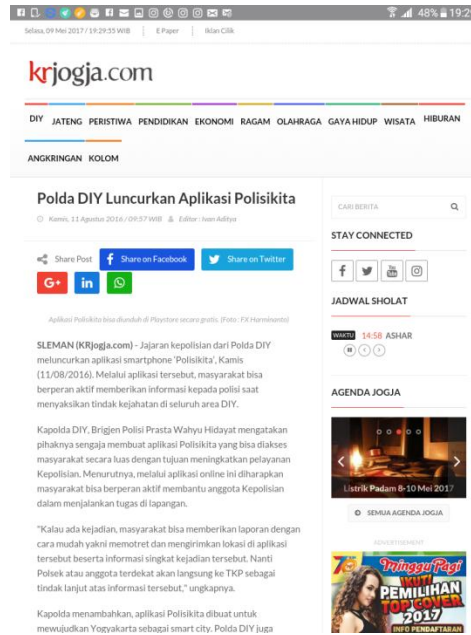
Gambar diatas menunjukkan Kabid Humas melakukan pendampingan bagi Wakapolda ketika rekan wartawan mewawancarai Beliau terkait acara tersebut. Wakapolda menyampaikan bahwa pencapaian yang dilakukan Polda DIY dalam mengembangkan pelayanan berbasis teknologi informasi ini merupakan bentuk implementasi program Kapolri yang telah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.



Gambar 3.14. Pemberitaan Media *Online* oleh Okezone News
 (Sumber: <http://news.okezone.com/read/2016/08/11/510/1461045/mudahkan-masyarakat-untuk-melapor-polda-diy-luncurkan-aplikasi-polisi-kita>, Diakses 13 Mei 2017)



Gambar 3.15. Pemberitaan Media *Online* oleh Kompas.com
 (Sumber: <http://regional.kompas.com/read/2016/08/11/16481131/kini.warga.diy.bisa.mudah.laporkan.kejadian.ke.polisi.melalui.aplikasi.polisi.kita>, Diakses 13 Mei 2017)



Gambar 3.16. Pemberitaan Media *Online* oleh Kedaulatan Rakyat
 (Sumber: http://krjogja.com/web/news/read/5544/Polda_Diy_Luncurkan_Aplikasi_Polisikita,
 Diakses 13 Mei 2017)



Gambar 3.17. Pemberitaan Media *Online* oleh Tribun Solo
 (Sumber: <http://solo.tribunnews.com/2016/08/11/lewat-aplikasi-polisi-kita-warga-diy-sekarang-lebih-mudah-laporkan-kejadian-ke-polisi>,
 Diakses 13 Mei 2017)

Keempat gambar diatas merupakan pemberitaan melalui media massa setelah acara *Launching* tersebut berlangsung mulai tersebar di media cetak dan *online* sehari setelah acara tersebut dilaksanakan. Media yang memberikan mulai dari portal berita resmi Polda DIY itu sendiri yakni Tribrata News Jogja, media lokal Jogja, hingga media Nasional. Sebagian besar media cetak yang diundang pada acara *Launching* Polisi Kita memberitakan secara positif acara tersebut.

Launching merupakan kesempatan besar bagi Polda DIY memperkenalkan Polisi Kita secara luas kepada publik, karena tamu-tamu undangan yang hadir merupakan tokoh-tokoh penting daerah dan juga media massa yang tidak dapat dipungkiri dapat membantu Polda DIY memperkenalkan Polisi Kita kepada masyarakat umum. Kemudian perwakilan dari Polsek dan Polres seluruh DIY meliputi 5 Kabupaten (Gunungkidul, Bantul, Sleman, Kota Yogyakarta, dan Kulonprogo) menjadi poin penting bagi Polisi Kita dapat terbantu sosialisasinya melalui Polres Polsek dimasing-masing Kabupaten tersebut.

i. Kumpul bersama KOPLAKs

Kapolda DIY yang masih menjabat pada September 2016 saat itu Brigjen Pol Drs. Prasta Wahyu Hidayat, M.Hum mengundang secara khusus beberapa komunitas pecinta polri yang tersebar di Indonesia yakni KOPLAKs singkatan dari Komunitas Cinta Polri dan NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia).

“Kumpul bersama KOPLAKs (Komunitas Cinta Polri dan NKRI) . Kapolda mengundang secara khusus beberapa komunitas di Indonesia seperti KOPLAKs dibawah bimbingan Khrisna Murti pada saat itu tapi

sekarang diganti oleh Pak Prasta Wahyu Hidayat yaitu Kapolda kita yang lama, dan Kopi Pojok (Komunitas Pecinta Polri Jogjakarta) tersebut untuk kumpul dan makan bersama silaturahmi, membahas bagaimana Polda DIY menangani kasus-kasus saat ini juga pembahasan Polisi Kita di Café Cangkir 6 tanggal 2 September 2016. Undangan ada sekitar 15-20 orang dari seluruh Indonesia (Riau, Jakarta, Bandung, Surabaya, Makassar) berikut admin dan anggotanya, digabung dengan kami dari Polda DIY juga beberapa wartawan total sekitar 50 orang” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Kapolda DIY mengundang komunitas tersebut dalam rangka makan bersama serta silaturahmi mempererat hubungan antata Polda DIY bersama komunitas yang dengan sampai saat ini masih mencintai Polri dan mendukung kinerja Polri untuk masyarakat. Acara yang diorganisir oleh Bid Humas tersebut juga membahas bagaimana perkembangan Polda DIY saat ini dalam menangani kasus, dan inovasi apa yang telah diciptakan Polda DIY untuk membantu masyarakat, yakni Polisi Kita.



Gambar 3.18. Kapolda Bernyanyi Bersama Anggota KOPLAKs
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY, 8 Mei 2017*)

Gambat di atas ialah saat Kapolda DIY 2016 Drs. Prasta Wahyu Hidayat, M.Hum bernyanyi bersama anggota KOPLAKs sebagai bentuk kedekatan

Polda terhadap rekan-rekan pegiat media sosial dan saling membangun hubungan positif.



Gambar 3.19. Foto Bersama KOPLAKs dan Polda DIY
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY, 8 Mei 2017*)

Acara yang dilaksanakan di Café Cangkir 6 Yogyakarta tersebut mengundang kurang lebih 50 orang tamu undangan, seperti yang terlihat pada gambar di atas merupakan saat sesi foto bersama perwakilan anggota KOPLAKs dan Polda DIY yang hadir. Perwakilan anggota dari KOPLAKs sendiri berasal dari beberapa kota di Indonesia seperti Riau, Jakarta, Bandung, Surabaya, Makassar, dan Yogyakarta itu sendiri. Kemudian komunitas pecinta polri asli Yogyakarta yakni Kopi Pojok (Komunitas Pecinta Polri Jogjakarta) juga turut hadir beberapa perwakilan, serta rekan-rekan Bid Humas dan wartawan media cetak ikut menghadiri acara silaturahmi tersebut.

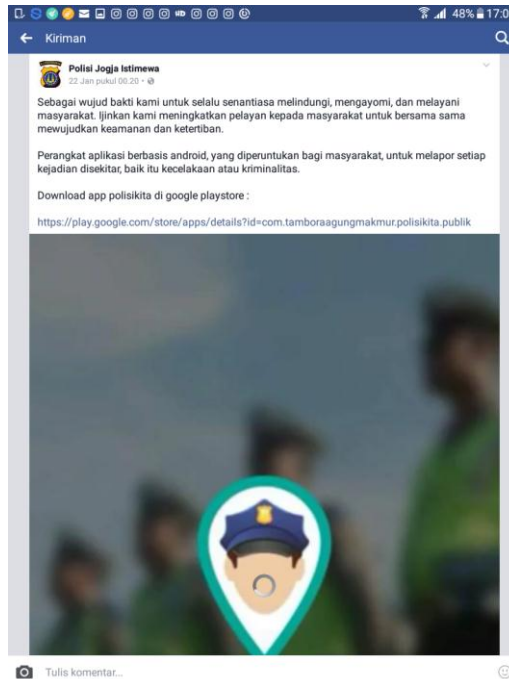
j. Pemanfaatan Media Sosial Polda DIY

Media sosial merupakan media penyebaran informasi yang sangat cepat dan dapat digunakan oleh siapa saja dengan jangkauan penyebarannya ialah seluruh

dunia. Media sosial merupakan media yang sangat efektif apabila dapat digunakan secara benar. Bid Humas merupakan pen jembatan antara Polda DIY dengan publik untuk menciptakan hubungan dan pengertian yang positif diantara keduanya, media sosial dapat menjadi kesempatan yang dapat dimanfaatkan Bid Humas untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat terkait sebuah program.

“Melalui sosial media Polda DIY seperti : website resmi Polda DIY ketika ada kegiatan Kapolda atau sosialisasi Polisi Kita : *Good News Jogja, Tribrata News Jogja, Jeli News* tapi sudah di nonaktifkan semenjak Bapak Kapolda DIY Drs. Prasta Wahyu Hidayat lepas jabatan, kemudian *Fanpage Facebook* : Mitra Polda DIY, Kopi Pojok, kemudian akun *Facebook* : Polisi Jogja Istimewa, Polda Jogja, Polisi Kita, yang terakhir *Twitter* dan *Instagram*: Polda Jogja, Polisi Jogja Istimewa” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bapak Udi Artya bersama tim dari Humas yang khusus berada di bagian pengelolaan media sosial tentunya tidak lupa memasukkan konten terkait pengenalan Polisi Kita kepada netizen di media sosial dengan tujuan bahwa Polisi Kita adalah sebuah aplikasi pelaporan masyarakat berbasis *android* yang terhubung dengan koneksi internet, otomatis Bid Humas memperkenalkan aplikasi tersebut lebih jauh dengan orang-orang yang terhubung juga dengan internet, yakni media sosial.

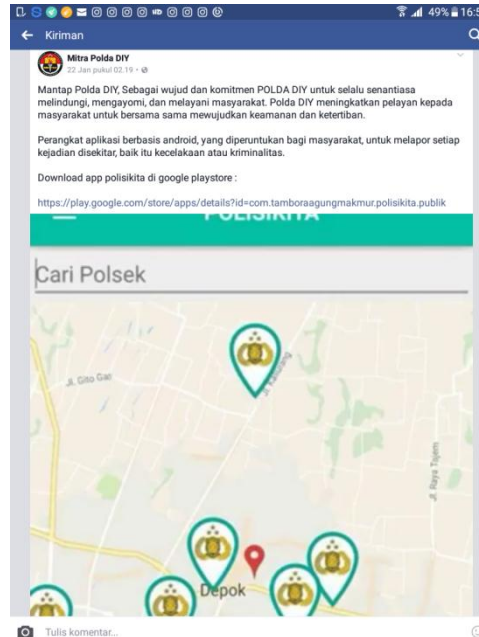


Gambar 3.20. Postingan Polisi Kita Pada Akun *Facebook* Polda DIY
(Sumber: Akun *Facebook* Polda DIY: Polda Jogja Istimewa)

Gambar di atas merupakan bentuk publikasi yang dilakukan Bid Humas melalui video yang berisi tentang Polisi Kita di akun *Facebook* Polda DIY. Postingan mengenai aplikasi Polisi Kita pada media sosial Polda DIY tidak terlalu sering dipublikasikan, lebih banyak informasi mengenai kegiatan Kapolda, Kepolisian, dan acara besar Polda DIY lainnya. Karena memang media sosial Polda DIY sendiri menjadi salah satu cara agar Polda DIY dapat memberitahu masyarakat apa yang telah dikerjakan dan kegiatan apa yang dilaksanakan kepada Polda DIY sehingga masyarakat mengetahuinya dan dapat meresponnya melalui kolom komentar. Polisi Kita lebih banyak di publikasikan melalui akun *Facebook* daripada akun media sosial yang lain, padahal media sosial Polda DIY meliputi :

- *Website* resmi: Good News Jogja dan Tribrata News Jogja

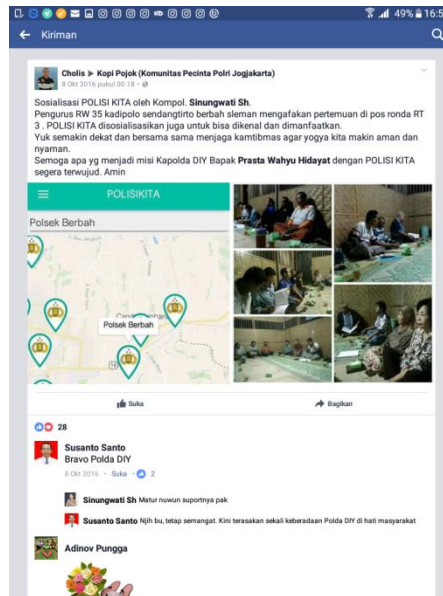
- Akun *Facebook*: Polisi Jogja Istimewa, Polda Jogja, Polisi Kita
- Twitter dan Instagram: Polda Jogja, Polisi Jogja Istimewa



Gambar 3.21. Postingan Polisi Kita Pada Akun *Facebook* Mitra Polda DIY
 (Sumber: Akun *Facebook* Mitra Polda DIY)

Selain memiliki akun media sosial resmi, Polda DIY juga memiliki akun *Fanpage* yang merupakan akun media sosial untuk pengguna Internet yang ingin tergabung sebagai Mitra Polda DIY ataupun sebagai pendukung Polda DIY, yakni *Fanpage Facebook* Mitra Polda DIY dan Kopi Pojok. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, postingan Polisi Kita pada akun Mitra Polda DIY menjadi *pinned post* agar pengguna *facebook* yang berkunjung kepada akun tersebut dapat melihat postingan mengenai Polisi Kita beserta video ilustrasi aplikasi dan *link* yang akan

terhubung dengan *Google Playstore* agar pengguna dapat mudah menemukan aplikasi tersebut dan mengunduhnya.



Gambar 3.22. Postingan Salah Satu Netizen Kepada Akun Kopi Pojok Mengenai Sosialisasi Polisi Kita
(Sumber: Akun Facebook Kopi Pojok)

Akun *Fanpage Facebook* menjadi sarana bagi anggota dari akun tersebut untuk mempublikasikan kegiatan yang berhubungan dengan komunitas tersebut. Contohnya saja pada akun Kopi Pojok yang merupakan singkatan dari Komunitas Pecinta Polisi Jogjakarta memiliki 1.928 jumlah anggota di dalamnya. Akun tersebut berisi mengenai kegiatan yang dilaksanakan Polda DIY yang berhubungan dengan masyarakat umum, tujuannya agar hubungan antara Polda DIY dan Masyarakat semakin erat dengan saling bertukar informasi. Seperti pada gambar di atas, Polisi Kita tidak hanya disampaikan melalui Bid Humas atau Bid TI ketika

mensosialisasikannya kepada masyarakat, tetapi masyarakat bisa memberikan informasi mengenai adanya sosialisasi Polisi Kita yang dilakukan personil Polsek dan Polres di suatu daerah ke akun Kopi Pojok tersebut.

k. Ramah Tamah dan Silaturahmi Pegiat Medsos Se-Jogjakarta

Bid Humas Polda DIY membuat agenda untuk Kapolda DIY yakni pertemuan dengan para penggiat sosial media yang ada di Yogyakarta seperti ICJ, Kopi Pojok, IKKJ, Mitra Polda DIY, dan KOPLAKs. Acara tersebut dilaksanakan di *The Westlake Resort* Jalan Ringroad Barat, Sleman, Yogyakarta pada tanggal 21 Februari 2017 dengan nama acara “Ramah Tamah dan Silaturahmi Pegiat Medsos Se-Jogjakarta”.

“Pergantian kepemimpinan Pak Prasta dengan Pak Ahmad Dofiri, saya buat agenda pada tanggal 21 Februari 2017 lalu, agendanya yakni pertemuan dengan penggiat media sosial, *web, blog*, namanya Masyarakat Digital Jogja” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bid Humas dan Kapolda DIY menyadari bahwa peran dari para penggiat sosial di akun komunitas *facebook* tersebut sangat besar bagi mata dan telinga Polri terkait keamanan dan ketertiban masyarakat DIY. Oleh karena itu, Kapolda DIY mengundang secara khusus para pengelola akun tersebut beserta perwakilan anggotanya untuk makan malam serta silaturahmi untuk mempererat hubungan Polda dan para penggiat sosial media tersebut.



Gambar 3.23. Foto Bersama Kapolda DIY dengan Pegiat Media Sosial
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

Gambar di atas merupakan saat foto bersama yang dilakukan Polda DIY bersama para tamu undangan dari pegiat sosial media. Undangan yang hadir sekitar 155 orang termasuk staf dari Bid Humas dan Bid TI yang membantu mengkoordinasikan acara tersebut sampai selesai.

“Acaranya dilaksanain di *WestLake* tanggal 21 Februari 2017, undangannya pada waktu itu sekitar 155 orang yang merupakan *admin* atau pengelola akun media sosial di Jogja kayak ICJ (Info Cegatan Jogja), Kopi Pojok, IKKJ (Info Kecelakaan dan Kriminalitas Jogja), rekan Bid Humas dan Bid TI juga sebagian besar hadir” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Apa yang dibahas tidak hanya mengenai perkembangan situasi Kamtibmas DIY oleh Polda DIY, juga mengenai perkembangan informasi di media sosial saat ini, berita-berita *Hoax* yang saat ini merajalela, dan berita mengenai kriminalitas yang marak di Yogyakarta juga dibahas dalam pertemuan santai tersebut.



Gambar 3.24. AKP Parliska Menjelaskan Mengenai Polisi Kita
(Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

Bid Humas memberikan sesi khusus dalam pertemuan tersebut untuk mensosialisasikan Polisi Kita kepada para tamu undangan secara mendalam Seperti yang terlihat pada gambar di atas. Narasumber yang mempresentasikan Polisi Kita dari awal terbentuk hingga cara kerja dan bagaimana cara mengunduhnya dijelaskan secara *detail* oleh Staf Bid TI Polda DIY AKP Parliska.

“Disitu ada waktu khusus untuk kami mensosialisasikan Polisi Kita, dipaparkan secara *detail* oleh Mas Parliska, bahkan kami buat semacam kuis untuk menarik mereka untuk *download*. Pendekatan yang kami lakukan saat ini pada pengelola akunnya, dari situ mereka dapat membantu kami dalam mensosialisasikan Polisi Kita” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Menurut Bapak Udi Artya sebagai Konsultan Ahli Humas Polda DIY mengatakan bahwa sesi khusus penyampaian aplikasi Polisi Kita di depan tamu undangan yang merupakan orang-orang yang kesehariannya berkecukupan dengan sosial media dan mengawasi media sosial sebagai seorang pengelola atau *admin* akan membantu kerja Polda DIY dalam mensosialisasikan Polisi Kita. Karena Kapolda

DIY turut menghimbau para pengelola media sosial tersebut dapat menyampaikan Polisi Kita di akun-akun komunitas yang memiliki jumlah pengikut sangat besar tersebut seperti ICJ.

“Namun faktanya juga mengejutkan, bahwa minat mengunduh Polisi Kita antara masyarakat umum dan para pengelola akun ini sama saja kurang, kecil. Dari 155 orang yang hadir pada saat itu, hanya 3 orang yang sudah *download* Polisi Kita, karena mereka takut ketika masuk sebagai pengguna Polisi Kita, *gadget* mereka bisa diretas, karena beberapa dari mereka ada yang ahli di bidang TI bahkan anggota *hacker*” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).



Gambar 3.25. Bapak Udi Artya Memberikan *Games* Kepada Tamu Undangan (Sumber : *Arsip Bid Humas Polda DIY*, 8 Mei 2017)

Gambar di atas ialah saat Bapak Udi Artya yang bertugas menjadi pembawa acara pada malam itu memberikan permainan yang ditujukan kepada tamu undangan untuk menarik mereka mengunduh Polisi Kita. Permainannya adalah 3 orang tercepat mengunduh Polisi Kita bisa maju ke depan dan akan diberikan hadiah oleh Kapolda DIY berupa uang tunai 1,5 Juta Rupiah. Hasilnya adalah hanya 3 orang dari total jumlah tamu undangan yakni 155 orang yang tertarik mengunduh Polisi Kita secara cepat. Karena beberapa tamu undangan merasa bahwa akun *Facebook* yang mereka

kelola saat ini sudah cukup dibandingkan harus mengunduh lagi aplikasi pelaporan Polisi Kita, mereka sebagian besar takut untuk masuk dalam wilayah Kepolisian karena *basic* pengawasan Polisi Kita dari pihak Kepolisian.

“Supaya informasi mengenai aplikasi Polisi Kita mudah diterima masyarakat, maka dari itu kami mengedepankan pendekatan internal untuk mensosialisasikan daripada memasang iklan, karena banyak tutorial yang harus dipraktekan oleh si calon pengguna Polisi Kita tersebut, hal itu untuk menghadapi masa transisi dari masyarakat konvensional ke masyarakat digital” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bapak Udi Artya mengatakan, tujuan Bid Humas dalam melaksanakan strategi untuk mengkomunikasikan Polisi Kita kepada masyarakat melalui bantuan Staf Bid TI bahkan Kapolda DIY yakni agar Polisi Kita dapat benar-benar dimengerti dan diterima oleh masyarakat DIY secara luas. Sebagian besar kegiatan sosialisasi dilakukan secara tatap muka atau demonstrasi tutorial Polisi Kita secara langsung didepan target sosialisasi, dengan tujuan agar masyarakat tidak hanya mengenal aplikasi dari namanya saja tetapi juga bagaimana cara menggunakan dan mengaplikasikannya dikehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, pelan-pelan Bid Humas ingin memperkenalkan kepada masyarakat bahwa sudah tiba masanya masyarakat harus belajar mengenal dunia digital.

“Pendekatan Humas untuk mensosialisasikan Polisi Kita kepada masyarakat menggunakan jalur komunikasi kepada masyarakat, kemudian pendekatan dengan komunitas pecinta polri seperti KOPLAKs dan Kopi Pojok walaupun itu ide dari Kapolda DIY saat itu” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Sebagian besar kegiatan komunikasi dalam rangka untuk memperkenalkan dan mensosialisasikan Polisi adalah melalui pendekatan dengan jalur komunikasi langsung kepada masyarakat seperti melalui Duta Humas, Mitra Humas, *Media Gathering*, dan lain sebagainya. Bid Humas juga melakukan pendekatan kepada komunitas media sosial seperti ICJ, Kopi Pojok, KOPLAKs, dan sebagainya untuk membantu Polda DIY sebagai Mitra Humas dalam mensosialisasikan Polisi Kita kepada masyarakat DIY melalui digital.

Pendekatan Strategi Bid Humas Polda DIY

Bapak Udi Artya pernah melakukan survey dengan pendekatan secara personal langsung kepada orang-orang yang pernah melaporkan kejadian di media sosial *Facebook* pada akun ICJ sebanyak 50 orang.

“Pendekatan yang saya lakukan adalah Komunikasi, sekitar 50 orang yang saya survey ternyata memang orang-orang mengurangi berurusan dengan polisi, stigma pada masyarakat ialah kalau berurusan dengan polisi pasti rumit meskipun dalam hal baik sekalipun” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Sebagian besar dari mereka merasa bahwa berurusan dengan pihak yang berwajib atau Kepolisian akan membuat urusan mereka malah tambah rumit dan panjang, jadi ketika ada kejadian yang menimpa mereka seperti pencurian dan tindak kriminal di jalan, mereka akan langsung mempublikasikannya melalui akun *Facebook* tersebut, karena akan banyak respon yang diterima oleh-oleh anggota-anggota dalam grup tersebut, dan hal tersebut yang membuat mereka lebih nyaman.

Fungsi Bid Humas Polda DIY

Dalam pelaksanaan kerja Humas dalam hal pengkomunikasian Polisi Kita kepada masyarakat, Bid Humas Polda DIY sebagian besar menjalankan fungsi Humas yakni sebagai Fasilitator Komunikasi. Bid Humas sebagai pen jembatan antara Polda DIY dengan publik, terutama untuk memfasilitasi rekan-rekan media massa yang ingin memerlukan informasi terkait dengan Polisi Kita

“Fungsi Humas belum sepenuhnya kami jalankan, contohnya saja sebagai fasilitator komunikasi ketika kami berurusan dengan media, Humas cenderung menunggu perintah dari pimpinan seperti Kapolda atau Karoops ketika peran kami sebagai komunikator. Sifat *problem solving* di Polda sendiri adalah dari pimpinan, semisal ada kasus, Humas harus menunggu arahan dari pimpinan baru bisa mengkomunikasikan kepada wartawan atau masyarakat, Humas sebagai pen jembatan antara pimpinan dan publik” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

. Untuk bergerak lebih lanjut, Bid Humas tidak dapat memutuskan segalanya sendiri, harus melalui persetujuan bahkan perintah terlebih dahulu oleh Kapolda bahkan Karoops untuk bisa melaksanakan tugas atau mengadakan sebuah kegiatan yang berhubungan dengan Polisi Kita.

“Menurut kami belum efektif, kami belum melakukan seluruh pendekatan, belum ada evaluasi untuk mengukur nilai efektifitas, sejauh mana yang kurang, strategi apa yang musti dibentuk, belum ada secara khusus membahas itu” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Implementasi kegiatan Bid Humas dalam mensosialisasikan Polisi Kita dapat terlaksana, tentunya melalui dukungan dan bantuan dari Satker bahkan Kapolda DIY . Namun, menurut Bapak Udi Artya, kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk

mensosialisasikan Polisi Kita kepada masyarakat DIY dan pendekatan yang dilakukan tersebut belum efektif. Karena menurut Beliau, pendekatan yang dilakukan belum sepenuhnya terlaksana termasuk kegiatan-kegiatan yang belum maksimal. Hal tersebut Beliau katakan karena Bid Humas belum melakukan evaluasi secara khusus untuk mengukur keefektifitasan dari kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan Bid Humas dengan bantuan dari Satker lain di Polda DIY.

3. Evaluasi Bid Humas Polda DIY dalam Mensosialisasikan Program Aplikasi Polisi Kita Tahun 2016

Evaluasi pada sebuah kegiatan fungsinya sangat penting, untuk melihat dan mengukur apakah kegiatan tersebut sudah mencapai target dan harapan dari rencana sebelumnya yang sudah disusun secara matang. Evaluasi juga berfungsi sebagai perbaikan untuk kegiatan yang akan dilaksanakan selanjutnya supaya dapat terlaksana lebih baik lagi dan lebih matang lagi, karena telah mengetahui kekurangan dan kelemahan pada kegiatan sebelumnya. Menurut Bapak Udi Artya mengenai kendala-kendala yang diterima Bid Humas selama pelaksanaan kegiatan sosialisasi Polisi Kita adalah sebagai berikut:

“Masyarakat belum siap dan belum paham cara penggunaannya walaupun sebenarnya memang tugas Humas untuk menyampaikan, namun kenyataan yang diterima memang seperti itu. Daya tarik masyarakat sangat kurang, masyarakat belum merasa nyaman ketika berurusan dengan polisi sekalipun dalam hal menyampaikan laporan kejadian, faktornya jadi global dan imbasnya ke Polisi Kita” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bapak Udi Artya mengatakan, kendala yang diterima selama mensosialisasikan Polisi Kita sebagian besar diterima dari masyarakat DIY itu sendiri. Menurut Beliau, masyarakat DIY belum siap menerima adanya aplikasi Polisi Kita dalam hal untuk lebih dekat dengan Polisi dan pemahaman cara penggunaan Polisi Kita itu sendiri. Masyarakat merasakan kurangnya rasa percaya diri ketika melaporkan kejadian melalui Polisi Kita karena menurut mereka itu sama saja dengan terlibat langsung dengan Polisi, sikap masyarakat tersebut menjadi masalah yang serius yang diterima oleh Polisi Kita.

“Kelemahannya pada Polisi Kita adalah tidak menyiapkan strategi sosialisasi secara kongkrit, untuk jangka panjang, hanya mengandalkan *release* serta sosialisasi lewat anggota internal untuk mensosialisasikannya ke luar” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bapak Udi Artya mengatakan bahwa kelemahan dalam mensosialisasikan Polisi Kita adalah ketidakmatangan dalam menyiapkan strategi. Strategi yang kongkrit sangat diperlukan dalam memperkenalkan sebuah produk yang ditujukan untuk melayani masyarakat agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, hal tersebut belum dipersiapkan secara jangka panjang oleh Bid Humas. Beliau juga mengatakan bahwa strategi yang sangat sering digunakan untuk mensosialisasikan Polisi Kita adalah melalui internal Kepolisian, berupa himbauan dari Kapolda atau pejabat utama Polda DIY lainnya untuk seluruh anggota Kepolisian Polda DIY dapat mengunduh dan menggunakan Polisi Kita disaat bertugas dan juga himbauan untuk

mensosialisasikan Polisi Kita pada masyarakat di daerah-daerah personil Kepolisian bertugas.

“Pada iOS belum dapat terinstal, jaringan internet yang belum maksimal untuk wilayah Polsek yang terdapat di pelosok, sehingga jika dilakukan *call* sulit untuk terhubung. Kemudian Masyarakat kadang lupa untuk mengaktifkan GPS sehingga banyak fitur yang tidak berfungsi, RAM gadget yang kurang sehingga menyebabkan kerja aplikasi sedikit terganggu, yang terakhir adakah *Account identity* dari masyarakat banyak yang lupa, “*Forgot Password*” belum berfungsi” (Hasil Wawancara dengan AKP Parliska Febrihanoto – Staf Bidang TI Polda DIY, 27 April 2017).

Sedangkan untuk kelemahan Polisi Kita secara operasional dan teknis disampaikan oleh Bapak Parliska bahwa aplikasi Polisi Kita baru tersedia bagi pengguna *smartphone* yang berbasis *Android*. Pengguna iOS contohnya iPhone belum dapat menggunakan layanan tersebut karena masih dalam tahap pengembangan dari *programmer* itu sendiri. Kemudian untuk jaringan internet yang kurang stabil di suatu daerah menjadi penyebab pelaporan Polisi Kita jadi terhambat, karena laporan yang masuk membutuhkan koneksi internet yang baik. Pengguna banyak mengeluhkan mengenai lokasi Polres dan Polsek yang tidak dapat terdeteksi pada *smartphone* mereka, hal tersebut yang menyebabkan pengguna mengurungkan niat melapor di Polisi Kita. Padahal menurut Bapak Parliska, gangguan tersebut bukan berasal dari aplikasi melainkan sistem GPS dari *smartphone* pengguna yang belum diaktifkan, oleh karena itu lokasi pengguna berada dan juga lokasi Polres dan Polsek tidak dapat terdeteksi.

Kemudian penyebab kurangnya laporan yang masuk juga sering terjadi karena pengguna lupa akan kata sandi yang harus dimasukkan untuk masuk pada akun Polisi Kita, karena memang *basic* untuk masuk pada aplikasi Polisi Kita dibutuhkan registrasi data dan pembuatan akun bagi si pengguna. Bid TI dan *programmer* Polisi Kita belum menyiapkan sistem *forgot password* atau penggantian kata sandi yang baru bagi pengguna yang lupa, hal tersebut masih jadi penghambat pengoperasionalan Polisi Kita.

“Evaluasi rutin yang dilaksanakan merupakan evaluasi internal Humas tetapi bukan membahas Polisi Kita secara khusus, lebih kepada evaluasi masalah pembagian kerja, kemudian strategi pada event internal Humas sendiri semacam Rakernis Humas, atau arahan-arahan dari DivHumas Polri, dan membahas anggaran Humas seperti alokasi dana, itu dilakukan setiap bulan sekali pasti ada” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bid Humas memiliki agenda evaluasi khusus untuk internal staf Bid Humas, yakni satu bulan sekali dengan pemilihan waktu yang kondisional. Evaluasi yang dilakukan Bid Humas biasanya dinamakan Rapat Internal Bid Humas, membahas mengenai kegiatan-kegiatan terdekat yang akan direncanakan, pembagian kerja tiap Sub Bidang, menyusun anggaran dana akan digunakan untuk keperluan apa saja selama setahun, dan arahan-arahan yang diberikan oleh DivHumas Polri atau Kapolda DIY. Rapat Internal biasanya dilakukan antara Kabid Humas beserta seluruh Staf Bid Humas di ruang kerja Bid Humas itu sendiri.

“Evaluasi juga dilakukan ketika mendapat teguran dari pimpinan atau satker lain, seharusnya berhasil atau tidak berhasil sebuah rencana dan realisasi kegiatan harus ada evaluasinya supaya lebih baik kedepannya. Keempat tahapan tersebut tidak sepenuhnya dilaksanakan. jika ada

masuk pun bukan masuk pada sebuah forum tetapi dari obrolan-obrolan biasa secara spontan, belum ada evaluasi secara khusus mengenai Polisi Kita” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Namun, dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan sosialisasi Polisi Kita, Bid Humas tidak pernah melakukan evaluasi secara khusus dengan seluruh Staf dan Kabid Humas. Bapak Udi Artya mengatakan bahwa evaluasi mengenai sosialisasi Polisi Kita dilakukan ketika mendapat teguran dari Kapolda atau Karoops kalau bentuk sosialisasi yang dilakukan Humas belum maksimal. Evaluasi mengenai perbaikan untuk sosialisasi Polisi Kita kedepannya dilaksanakan melalui diskusi kecil antara Konsultan Ahli Humas, Kabid Humas, beserta Kasubbid Penmas di luar forum resmi, dan hal tersebut tidak direncanakan.

“Evaluasi utama dari Bid TI untuk Polisi Kita yaitu belum bisa digunakan di iOS. Evaluasi Polisi Kita untuk bidang TI dilakukan setiap hari, minggu, dan bulan. Untuk harian, evaluasi dilakukan saat piket harian seperti saat laporan-laporan masuk, yang ditangani, dan itu akan di laporkan secara tertulis setiap hari di Posko Promoter. dari segi kemanfaatan yakni teknis, seperti yang dijumpai saat ini ketika laporan yang masuk di Polisi Kita mulai bertambah, server lambat laun diluar prediksi sebelumnya untuk jangka tiga tahun, tetapi saat ini belum satu tahun sudah mulai penuh kapasitasnya. yang kami rencanakan kedepan adalah pembesaran *storage*, *bandwith*, prosesor, dan RAM. Namun hal tersebut tergantung dari anggaran dana yang harus dipertanggungjawabkan” (Hasil Wawancara dengan AKP Parliska Febrihanoto – Staf Bidang TI Polda DIY, 27 April 2017).

Bid TI memiliki peran dalam pengoperasionalan dan segala teknis dari Polisi Kita, oleh karena itu Bid TI memiliki evaluasi khusus untuk Polisi Kita yakni dalam bentuk harian. Bapak Parliska mengatakan evaluasi dilakukan dalam bentuk piket harian di Posko Promoter, tidak hanya Polisi Kita tetapi piket untuk mengontrol

seluruh bentuk layanan publik yang dimiliki oleh Polda DIY termasuk CCTV Ruang Publik. Bid TI dan Bid Humas bekerjasama dalam hal piket Posko Promoter, karena dalam setiap hari akan ada laporan tertulis yang akan dilakukan oleh Staf yang mendapatkan tugas untuk piket setiap harinya untuk diserahkan kepada Pamenwas.

Laporan harian tersebut yang menjadi bahan evaluasi untuk Bid TI dalam memaksimalkan kerja Polisi Kita. Seperti yang dikatakan Bapak Parliska, evaluasi mendasar dan terbesar yang harus dilakukan Bid TI adalah peningkatan kapasitas bagi Polisi Kita dapat menyimpan data lebih banyak, karena prediksi Polisi Kita dengan kapasitas *server* yang telah ada sanggup bertahan selama 3 tahun. Namun, pada kenyataannya, sekitar 9 bulan Polisi Kita resmi berjalan, kapasitas *server* dari Polisi Kita sudah hampir mencapai maksimal. Rencana untuk peningkatan kapasitas tersebut sudah lama direncanakan oleh Bid TI, namun terkendala dana anggaran yang harus dipersiapkan maka rencana tersebut belum terlaksana.

“Belum ada target capaian keberhasilan sendiri khusus Polisi Kita. dan menurut saya dengan keadaan Polisi Kita saat ini meliputi jumlah pengunduhnya, belum dikatakan berhasil. Barometer keberhasilan bisa diciptakan yakni dari jumlah laporan kejadian dari masyarakat lewat Polisi Kita lebih banyak daripada media sosial, karena sangat sedikit laporan masyarakat yang masuk di Polisi Kita. Padahal tujuan kami menciptakan aplikasi itu adalah untuk memfasilitasi masyarakat digital untuk melaporkan kejadian secara digital, meminimalisir laporan-laporan palsu seperti pengalaman pada layanan telfon konvensional, banyak masyarakat membuat laporan palsu yang akhirnya membuat polisi datang dengan sia-sia, dan itu menjadi faktor trauma bagi bidang layanan” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017).

Bid Humas Polda DIY belum memiliki target keberhasilan yang disusun khusus sebelumnya ketika merencanakan strategi mensosialisasikan Polisi Kita. Bapak Udi Artya mengatakan bahwa jumlah pengunduh dan pengguna aktif Polisi Kita sampai saat ini belum dikatakan mencapai target keberhasilan, karena barometer atau tolak ukur berhasil atau tidaknya sosialisasi Polisi Kita adalah ketika jumlah laporan kejadian dari masyarakat yang diterima melalui Polisi Kita lebih banyak daripada laporan-laporan dari media sosial. Karena menurut Beliau, sampai saat ini laporan yang masuk ke Polisi Kita masih sangat sedikit untuk ukuran layanan aduan masyarakat berbasis digital. Polisi Kita dibuat dengan tujuan agar masyarakat dapat dengan mudah terkoneksi dengan Kepolisian ketika hendak melaporkan kejadian-kejadian yang terjadi di lingkungan mereka melalui sistem digital dan internet, laporan tersebut akan semakin cepat ditindak didukung dengan sistem laporan yang *Real-Time*, jadi semua laporan yang masuk memiliki bukti nyata dan akan langsung cepat diproses. Laporan-laporan di Polisi Kita juga sebagai bentuk minimalisir laporan palsu yang marak terjadi pada layanan Kepolisian konvensional seperti sms dan telfon, yang akhirnya membuat kerja Polisi terganggu dengan laporan palsu yang masuk.

“Solusi untuk kedepannya, ketika ada inovasi layanan baru yang akan *dilaunching* harus benar-benar menyiapkan apa yang harus disiapkan seperti teknis, sosialisasi mau seperti apa, mekanisme persoalan yang muncul setelah itu, mekanisme dalam rangka mengembangkannya, evaluasi mengenai *output* apa yang ingin dicapai, membuat *plan* jangka panjang dan *plan* pengganti, target yang diinginkan berapa, dan sebagainya. Perlunya pimpinan dalam hal ini Kapolda dan Kabid Humas menseseriusi hal ini, bagaimana cara menyelamatkan Polisi Kita. Sebelumnya kami memang belum mensurvey masyarakat tentang aplikasi

apa yang dibutuhkan oleh mereka, sebatas gagasan dan ide yang tidak didasari dengan data, apakah masyarakat siap dengan aplikasi ini atau cukup membutuhkan ini. Program ini diciptakan langsung dan ditawarkan kepada masyarakat” (Hasil Wawancara dengan Udi Artya Setyawan – Konsultan Ahli Humas Polda DIY, 5 Mei 2017)

Bapak Udi Artya mewakili Bid Humas Polda DIY berharap untuk kedepannya kepada Bid Humas sendiri dapat mematangkan perencanaan ketika hendak mengkomunikasikan sebuah program yang ditujukan untuk masyarakat, khususnya program tersebut berkaitan dengan media sosial karena Bid Humas memiliki peran sangat penting sebagai pen jembatan antara Polda DIY dengan publik eksternal. Bid Humas sangat perlu untuk menyiapkan perencanaan kegiatan mulai dari teknis, target capaian dan keberhasilan sosialisasi, sasaran yang ingin dituju, rencana pengganti untuk jangka pendek dan panjang, inovasi-inovasi yang dibutuhkan untuk sosialisasi tersebut berjalan efektif dan tepat sasaran serta evaluasi agar mengetahui hasil sosialisasi berhasil atau tidak. Menyiapkan kemungkinan masalah-masalah yang akan ditemui di tengah jalan pun sangat penting, oleh karena itu Bid Humas bisa mempersiapkan solusi-solusi kongkrit dari masalah tersebut.

Bapak Udi Artya mengatakan bahwa aplikasi Polisi Kita diciptakan tanpa didasari dengan fakta yang ditemukan sebelumnya dari masyarakat. Kapolda, Bid TI, Bid Humas dan jajaran mencanangkan Polisi Kita terusan dari Promoter Kapolri yang dikembangkan Polda DIY agar bisa menciptakan terobosan kreatif dalam bentuk nyata kepada masyarakat, dari gagasan dari tim yang memprediksi bahwa masyarakat membutuhkan aplikasi tersebut untuk membantu melaporkan kejadian tanpa adanya

penelitian secara resmi sebelumnya, sehingga terciptalah Polisi Kita sebagai sebuah terobosan yang langsung ditawarkan kepada masyarakat.

4. Masyarakat DIY Pengguna Polisi Kita

Sosialisasi Polisi Kita yang dilaksanakan oleh Bid Humas tentunya bertujuan agar masyarakat DIY dapat mengetahui informasi tersebut dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Data yang peneliti peroleh dua informan masyarakat DIY pengguna Polisi Kita bernama Affrudi dan Destria Yoga Ningrum (Destria). Bapak Affrudi merupakan seorang karyawan perusahaan Swasta di Yogyakarta mengatakan bahwa Beliau mengetahui adanya aplikasi Polisi Kita dan sudah mengunduh aplikasi tersebut beberapa hari setelah Polisi Kita resmi diluncurkan.

“Saya tau dari temen, karena temenku Polisi. Dikasih tahu sama dia “nih Polda DIY sudah punya aplikasi, jadi kalau mau dari masyarakat pingin laporan, pingin lebih mengetahui situasi Jogja, *install* Polisi Kita”. Temen saya emang banyak di Polda, jadi pas aplikasi itu *Launching*, banyak juga yang kasih tau saya terus suruh *install*” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Bapak Affrudi mengetahui informasi Polisi Kita dari beberapa teman yang merupakan anggota Kepolisian yang bekerja di Polda DIY. Sejak peluncuran secara resmi Polisi Kita 11 Agustus 2016 lalu, Kapolda DIY sangat menghimbau dan selalu mengingatkan anggota Kepolisian di Polda DIY untuk mengunduh Polisi Kita dan mensosialisasikannya kepada masyarakat dan orang terdekat di daerah tinggal masing-masing secara personal maupun cara yang lainnya. Kapolda DIY juga menghimbau kepada seluruh pejabat Polres dan Polsek untuk mengingatkan anggotanya untuk menggunakan Polisi Kita di setiap kegiatan

lapangan dan mensosialisasikan kepada masyarakat daerah tugas Polsek dan Polres tersebut.

Destria merupakan mahasiswi sekaligus salah satu masyarakat DIY pengguna Polisi mengetahui informasi Polisi Kita melalui media sosial *Facebook* Polda Jogja Istimewa yang berisikan tentang himbauan untuk mengunduh sebuah aplikasi yang dapat digunakan masyarakat untuk melaporkan kejadian seperti tindakan kriminalitas melalui *link* yang telah tersedia.

“Waktu itu saya liat di *timeline facebooknya* Polda, ngenalin kalau Polda punya aplikasi buat masyarakat bisa laporan, terus ada *linknya*, saya coba *download* aja barangkali berguna kan besok-besok, abis saya bikin akun saya ga pernah laporan, karna ga ada kejadian, sampai saat kemarin itu pas lampu merah mati di Gose” (Hasil Wawancara dengan Destria – Mahasiswi pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Destria telah mengetahui informasi tersebut setelah akun *Facebook* Polda Jogja Istimewa *memposting* himbauan untuk mengunduh Polisi Kita tersebut pada tanggal 22 Januari 2017 lalu (Gambar 3.20.) dan mengunduh aplikasi tersebut beberapa minggu setelahnya. Selama memiliki aplikasi Polisi Kita, Destria hanya pernah sekali melaporkan kejadian yakni saat padamnya *traffic light* atau lampu lalu lintas di perempatan Jalan Wakhid Hasyim, Gose, Bantul yang menyebabkan jalan raya jadi tidak kondusif dan saling membahayakan pengendara kendaraan.



Gambar 3.26. Laporan Destria di Polisi Kita
(Sumber : Aplikasi Polisi Kita)

Gambar di atas merupakan laporan yang dilakukan oleh salah satu pengguna Polisi Kita yakni Destria, terlihat pada laporan tersebut, Destria melaporkan keadaan rambu lalu lintas yang mati di perempatan Gose, Bantul. Hal tersebut menyebabkan rawannya tingkat kecelakaan karena rambu lalu lintas mati saat jam pulang sekolah, dan keadaan jalan raya yang ramai.

“Iya saya udah pernah nyoba lapor sekali waktu itu pas lampu merah mati di perempatan Gose, bantul. Ngeliatnya ngeri, banyak bus kenceng banget, banyak anak sekolah naik motor juga, bahaya, yauda saya coba foto” (Hasil Wawancara dengan Destria – Mahasiswa pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Kedua informan memiliki kesamaan yakni mengetahui tentang adanya aplikasi Polisi Kita, namun dengan sumber informasi yang berbeda. Peneliti mendapatkan dua informan dengan perbedaan pengalaman dalam penggunaan Polisi Kita, informan Affrudi memiliki akun Polisi Kita namun belum pernah sekalipun melaporkan kejadian, sedangkan Destria merupakan informan yang memiliki pengalaman melaporkan kejadian melalui Polisi Kita sebagai masyarakat umum.

“Ini saya cuman *download* aja sama bikin akun tapi belum pernah pakai untuk lapor. Saya lebih cenderung lapor sesuatu itu ke grup *facebook* ICJ, lebih cepet. karena kalau di ICJ itu tidak butuh waktu lama, paling-paling 15 menit pasti sudah ada yang nolong. Jadi kalau orang Jogja sudah punya ICJ, ada kejadian apapun pasti lapornya ICJ, karena kita juga yakin di ICJ banyak polisi yang masuk untuk memantau” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Bapak Affrudi mengatakan bahwa Beliau sudah lama memiliki akun Polisi Kita namun belum pernah melaporkan kejadian apapun. Menurut Beliau, masyarakat Jogja saat ini lebih cenderung ketika melaporkan sesuatu melalui grup *Facebook* Info Cegatan Jogja (ICJ), karena respon dari sesama anggota pada grup tersebut sangat cepat dan aktif. ICJ memiliki anggota lebih dari 500.000, ketika ada kejadian yang dilaporkan salah satu anggota, anggota yang lain akan sigap memberikan pertolongan contohnya saja terjadi kehilangan barang berharga di suatu tempat, anggota lainnya yang mendapatkan informasi mengenai barang hilang tersebut akan merespon sehingga lebih cepat tertangani oleh masyarakat sendiri. Bahkan saat ini beberapa Polisi sudah terlibat dalam grup tersebut untuk memantau laporan dari masyarakat yang dikontrol pada Posko Promoter.

“Saya kan *ga* pernah lapor, jadinya suka liatin di menu informasi itu semacam *timeline* laporan dari akun lain, kebanyakan yang saya liat laporan dari Polisi yang udah siaga, belum banyak masyarakatnya sendiri yang laporan” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Pernahnya ngeliat berita-beritanya di informasi itu, terus sama laporan via foto aja (Hasil Wawancara dengan Destria – Mahasiswi pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Bapak Affrudi mengatakan walaupun tidak pernah melaporkan kejadian di Polisi Kita, tetapi Beliau sering melihat laporan-laporan dari pengguna lainnya di

menu Informasi. Begitu pula dengan Destria yang mengatakan Beliau hanya pernah menggunakan layanan Polisi Kita pada menu informasi dan laporan kejadian melalui foto. Bapak Affrudi mengatakan bahwa sebagian besar laporan yang masuk adalah dari pihak Kepolisian itu sendiri, Beliau jarang melihat laporan yang berasal dari masyarakat.

“Jadi lebih mudah, akses laporan ke Kepolisian tidak perlu lewat telfon pulsa lagi atau sms, semua orang sudah punya *handphone* Android, jadi sekali klik lebih mudah lapornya” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

“Bagus, kan kalau laporan jadi bisa langsung diterima sama Polisi ya. Tapi sayang banget kalau laporan yang masuk itu ga ditanggapin, kayak waktu itu saya lapor, cuman ada tanda status laporan diterima, tapi ga ada balasan dari pihak penerima sana. Seenggaknya dijawab atau ditanggapi lah supaya kita yang lapor ni tenang karna laporan bener-bener sampai” (Hasil Wawancara dengan Destria – Mahasiswi pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Bapak Affrudi mengatakan bahwa dengan hadirnya Polisi Kita sebagai aplikasi pelaporan, dapat mempermudah masyarakat dalam melaporkan kejadian kepada Polisi. Sarana pelayanan publik saat ini semakin berkembang pesat dengan adanya koneksi internet, tidak perlu menggunakan sistem konvensional seperti telfon dan sms yang memakan banyak biaya, masyarakat yang sebagian besar menggunakan *smartphone* atau gadget Android dapat dengan mudah terhubung dengan Kepolisian Yogyakarta dalam hal melaporkan kejadian yang terjadi disekelilingnya.

Begitu pula dengan Destria, Beliau mengatakan aplikasi tersebut sudah bagus, namun terkendala masalah respon balik dari penerima laporan di Posko Promoter. Destria mengatakan berdasarkan pengalamannya ketika melaporkan

kejadian bahwa laporannya tidak dijawab sama sekali oleh pihak pengawas walaupun laporan tersebut sudah memasuki tahap penerimaan. Beliau mengharapkan adanya respon secara nyata dari pihak Posko Promoter untuk menyampaikan respon balik terhadap laporan yang disampaikan Destria.

“Menurut saya belum maksimal, karena masih banyak masyarakat yang belum tahu, jadi harusnya diperbanyak promosi dan informasi-informasi Polisi Kita kepada masyarakat” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

“Menurut saya belum berjalan baik, dilihat dari review orang-orang pas *download* aplikasinya, terus masih 10.000 itu menurut saya masih dikit banget yang tau di Jogja ini. Saya tidak begitu menerima manfaat promosi dari Polda DIYnya, apalagi temen-temen saya juga pada ga tau” (Hasil Wawancara dengan Destria – Mahasiswi pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

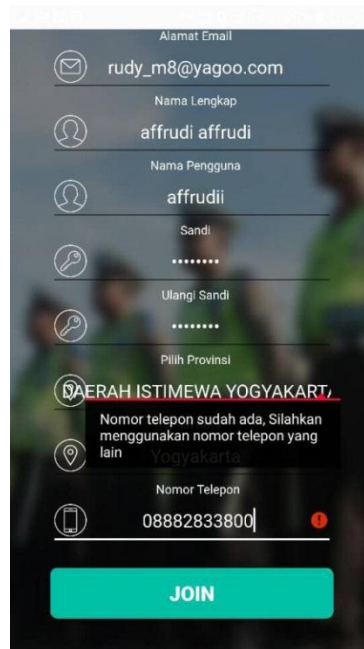
Sebagai perwakilan masyarakat DIY, bentuk sosialisasi Polisi Kita dari Bid Humas maupun Polda DIY itu sendiri belum sepenuhnya maksimal. Karena masyarakat DIY sebagian besar belum mengetahui informasi mengenai Polisi Kita. Perlu adanya peningkatan strategi dalam mempromosikan dan mensosialisasikan Polisi Kita kepada masyarakat. Begitu pula jawaban dari Destria, bahwa sampai saat ini jumlah pengunduh Polisi Kita masih sangat sedikit untuk ukuran aplikasi yang diperuntukkan kepada masyarakat seluruh DIY, Destria belum mendapatkan efek yang besar dari usaha sosialisasi yang dilakukan Bid Humas Polda DIY.

“Hambatannya, karena *basicnya* Android pasti keterbatasan sinyal, karena di Jogja sendiri ini tidak semua sinyal bagus, apalagi di pelosok-pelosok itu harus butuh koneksi internet yang bagus. Kemudian juga untuk masyarakat-masyarakat yang memang belum menggunakan Android tidak bisa memiliki Polisi Kita, hanya yang memiliki *handphone* dengan basis

Android saja yang bisa punya” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

“Awal-awal masih bingung cara pakai sama laporannya, harus utak-atik dulu baru paham. Kalau jaringan bagus ya laporannya bisa langsung dikirim, mungkin yang jaringannya ga stabil susah kali ya” (Hasil Wawancara dengan Destria – Mahasiswi pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Menurut Bapak Affrudi, faktor penghambat selama mengoperasikan Polisi Kita adalah dari ketersediaan sinyal dari masing-masing gadget pengguna. Koneksi internet dari berbagai provider yang ada di Jogja tidak semuanya lancar dan maksimal, terlebih ketika berada di pelosok desa yang jauh dari jangkauan sinyal. Hambatan selanjutnya ialah ketika masyarakat yang tidak memiliki perangkat telfon Android juga kesulitan untuk melaporkan kejadian melalui Polisi Kita karena tidak adanya sarana. Berbeda dengan jawaban Destria, Beliau mengatakan hambatan selama menggunakan Polisi Kita ialah saat ingin melaporkan kejadian, fitur-fitur yang tersedia baru pertama kali dilihat oleh Destria dan Beliau tidak pernah memiliki aplikasi pelaporan sejenis sebelumnya, sehingga masih merasa kesulitan untuk penggunaannya secara benar pada awalnya.



Gambar 3.27. Sistem *Forgot Password* yang Tidak Berfungsi
(Sumber : Arsip Informan, Affrudi)

Gambar di atas menunjukkan kelemahan sistem Polisi Kita yang tidak dapat mengembalikan kata sandi yang tidak sengaja dilupakan oleh pengguna. Gambar tersebut didapatkan dari salah satu pengguna Polisi Kita yakni Affrudi.

“Oiya ada satu yang kurang dari Polisi Kita, kalau lupa *password* susah ngembaliinnya. Ga ada sistem *forgot password* kayak biasanya di medsos, jadi kalau lupa *password* harus ganti *email* dan bikin akun baru lagi” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Affrudi mengemukakan keluhannya pada sistem Polisi Kita yang belum maksimal yakni mengenai tidak adanya sistem perbaikan kata sandi ketika pengguna Polisi Kita lupa kata sandi akunnya atau dikenal dengan *forgot password*. Affrudi mengatakan bahwa tidak adanya sistem tersebut pada Polisi Kita menyebabkan pengguna tidak akan bisa masuk lagi kalau tidak membuat akun baru dengan *email*

yang baru, karena pengguna tidak dapat membuat akun baru dengan data yang pernah dipakai sebelumnya.

“Seharusnya login dipermudah contohnya via *Google* atau *Facebook*, terus ada layanan *info urgent* yang bisa dikirim ke masyarakat sekitar lokasi untuk mengatasi keterlambatan dan keterbatasan personel polisi, jadi ada semacam interaksi masyarakat untuk bisa menolong satu sama lain kayak di ICJ. Lebih menyempurnakan sistem dulu sih biar saat di promosiin itu udah mantep” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

“Sarannya untuk respon laporannya lebih diutamakan, karna kan yang laporan ini benar-benar memberikan kepercayaan kepada Polisi supaya kejadiannya segera ditindak, kalau ga direspon tuh rasanya kayak Polisi ni ga bakal datang ke lokasi, cuman dipantau aja, kan kitanya mau lapor lagi jadi males dan jadi suudzon lama-lama” (Hasil Wawancara dengan Destria – Mahasiswi pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Sebagai masyarakat yang memiliki pengalaman pribadi menggunakan aplikasi pelaporan yang telah ditawarkan oleh Polda DIY, tentu kedua informan tersebut memiliki masukan dan saran dari pengalaman yang mereka dapatkan selama menggunakan aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Saran dan masukan tersebut tentunya mereka sampaikan guna menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi Polda DIY sehingga dapat memaksimalkan sistem kerja aplikasi tersebut agar dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah dan lebih baik kedepannya.

Seperti yang diungkapkan oleh Affrudi, bahwa kedepannya Polisi Kita harus memiliki sistem *Forgot Password* untuk memudahkan pengguna yang lupa kata sandi akun contohnya melalui *Google* dan *Facebook*. Beliau juga menyarankan Polisi Kita dapat berkembang tidak hanya antara masyarakat dengan Polisi namun juga masyarakat dengan masyarakat lainnya, contohnya seperti budaya pada akun

Facebook yang saat ini sedang banyak digunakan masyarakat DIY untuk melapor yakni ICJ (Info Cegatan Jogja), jika ada masyarakat pada suatu daerah melaporkan kejadian kriminalitas atau musibah lainnya, masyarakat lainnya yang berada pada daerah tersebut atau terdekat dan melihat laporan tersebut bisa ikut membantu dan menghubungi langsung si korban. Begitu pula harapannya untuk Polisi Kita agar memiliki fitur layanan interaksi antara masyarakat dengan masyarakat.

Selain kepada sistem kerja aplikasi, juga pada pelayanan dari sistem *feedback* atau respon balik yang diberikan staf pengawas Pokso Promoter kepada pelapor. Berdasarkan pengalaman, Destria mengatakan bahwa pemberian respon cepat secara tulisan untuk laporan yang telah dikirimkan sangatlah penting bagi pelapor, karena dengan keadaan darurat dan menginginkan penanganan cepat, respon secara tulisan bertujuan untuk memberitahukan kepada pelapor bahwa laporan sudah diterima dan akan segera ditindak, dengan begitu, pelapor akan merasa lebih tenang.

“Menurut saya, aplikasi kalau hanya sekedar aplikasi dan ga digunakan akan sia-sia, yang penting itu bagaimana aplikasi itu berfungsi ketika di klik atau laporan dari masyarakat itu ada tindak lanjutnya dari Kepolisian itu yang penting. Aplikasi yang berguna untuk laporan, kemudian masyarakat melaporkan, tapi tidak ada tindakan selanjutnya, nanti jadi sia-sia, masyarakat jadi males untuk pakenya. Jadi harapannya, kalau memang sudah ada aplikasi ini, sumber daya Polisi dibelakangnya memang harus bertanggungjawab untuk mensukseskan aplikasi itu” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Harapan yang diungkapkan oleh Bapak Affrudi untuk Polisi Kita kedepannya ialah semakin cepatnya tindak lanjut dari Kepolisian di DIY itu sendiri dalam menanggapi dan menyelesaikan laporan-laporan dari masyarakat melalui Polisi Kita.

Semakin cepat tindakan yang diterima, maka kepercayaan dari masyarakat terhadap Kepolisian akan semakin kuat terbangun. Meningkatkan peran aktif Kepolisian khususnya Polda DIY untuk mensosialisasikan Polisi Kita kepada masyarakat harus terus ditingkatkan agar masyarakat DIY semakin banyak yang mengetahui bahwa Kepolisian DIY saat ini memiliki layanan pelaporan yang sangat mudah diaplikasikan oleh masyarakat.

“Apa ya, misal ngegendeng perusahaan swasta gitu untuk kerjasama mengadakan semacam edukasi sosialisasi Polisi Kita kepada masyarakat daerah tertentu, atau malah sama internal karyawannya. Sosialisasi lewat radio yang anak muda banget misal Swaragama atau Geronimo yang pendengarnya masih lumayan banyak dan ngadain semacam dialog santai gitu sama yang paham Polisi Kita terus adain semacam kuis untuk menarik orang mau *download*. Iklan cetak kayak nempel poster di pos polisi atau di pos ronda gitu biar masyarakat makin *aware* kalo ada aplikasi itu, ga langsung serentak, perlahan-lahan tapi merata aja.” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Polisi Kita tidak lepas dari peran Bid Humas untuk menjembatani Polda DIY agar dapat berkomunikasi dengan publiknya, salah satunya dalam hal memperkenalkan sebuah produk layanan masyarakat. Bapak Affrudi sebagai masyarakat DIY memiliki beberapa saran dan masukan yang ditujukan kepada Bid Humas agar Polisi Kita lebih dikenal lagi oleh masyarakat, contohnya melakukan kerjasama dengan perusaha swasta agar bisa mengadakan acara khusus mengenai edukasi serta sosialisasi Polisi Kita terhadap target yang dituju atau konsumen dari perusahaan tersebut, tidak hanya edukasi untuk umum tetapi bisa ditujukan untuk internal perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan kepada karyawannya, dan tanggungjawab Kepolisian untuk mengedukasi Polisi Kita.

Bapak Affrudi juga menyarankan untuk Polisi Kita dapat disosialisasikan melalui media konvensional yang saat ini masih digunakan masyarakat khususnya generasi muda, contohnya Radio komersil dengan jumlah pendengar yang masih relatif banyak. Hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk melakukan interaksi secara menarik antara pihak Polisi Kita, penyiar, dan pendengar melalui kuis yang menarik. Kemudian tidak hanya melalui media elektronik, media cetak juga dapat menjadi cara untuk memperkenalkan Polisi Kita, menurut Bapak Affrudi, penempelan poster Polisi Kita di beberapa pos ronda dan pos polisi untuk menandakan bahwa Polisi Kita saat ini sudah siap digunakan masyarakat.

“Harapan saya kedepannya, informasi tentang Polisi Kita bisa nyebar ke orang lebih banyak lagi, temen-temen sama keluarga tuh pada ga tau. Sekarang kan banyak promosi lewat sosial media dibikin video instagram yang lucu-lucu atau minta selebgram bantu promosikan itu menurut saya ngebantu banget. Sarananya ga mesti sosmed juga sih, kayak bikin iklan menarik di baliho lampu merah tengah kota menurutku juga *eyecatching*, orang pasti liat walaupun bentar” (Hasil Wawancara dengan Destria – Mahasiswi pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Menurut Destria, strategi yang dilakukan selama ini oleh Polda DIY belum menyentuh seluruh masyarakat DIY, maka dari itu Beliau berharap agar strategi yang digunakan selanjutnya lebih kepada bagaimana penempatan promosi tersebut, contohnya pada media sosial yang banyak digunakan masyarakat saat ini yaitu Instagram, dengan pengemasan yang menarik, Polisi Kita akan cepat diketahui masyarakat. Menggandeng orang-orang yang memiliki pengaruh besar di sosial media juga akan membawa dampak baik bagi pengenalan Polisi Kita kepada

masyarakat, contohnya dengan mengajak kerjasama artis atau orang yang memiliki jumlah *followers* yang banyak untuk mensosialisasikan Polisi Kita pada akun mereka.

Saran yang sama diungkapkan oleh Destria mengenai sosialisasi Polisi Kita melalui media konvensional dan komersil salah satunya melalui Baliho yang ditempatkan di tengah kota yang padat pengendara yakni persimpangan lalu lintas

“Harapannya untuk Bid Humas, semoga bisa sosialisasikan Polisi Kita lebih menarik lagi lewat media-media yang dekat banget sama masyarakat sekarang apalagi bentuknya aplikasi medsos, ga jauh-jauh dari mahasiswa dan orang-orang yang rajin main internet” (Hasil Wawancara dengan Destria – Mahasiswi pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

“Standar aja sih, lebih ke sosial media aja promosinya lebih digencarkan, ga heran lagi kan sosmed itu udah jadi kebutuhan sehari-hari orang buat cari informasi.” (Hasil Wawancara dengan Affrudi – Karyawan Swasta pengguna Polisi Kita, 20 Mei 2017).

Affrudi dan Destria mengatakan harapan kepada Bid Humas kedepannya agar Polisi Kita dapat dikenal masyarakat DIY lebih luas lagi dengan melakukan sosialisasi lebih konsisten di media sosial. Seperti yang diungkapkan kedua informan tersebut, media sosial merupakan sarana informasi paling dibutuhkan oleh masyarakat, oleh karena itu, ketika sosialisasi Polisi Kita dapat di maksimalkan pada media sosial, lambat laun aplikasi tersebut dapat dikenal masyarakat secara luas.

B. Analisis Data

Dalam bagian analisis, peneliti akan membahas mengenai hasil data yang telah diperoleh dan disajikan untuk kemudian dikaitkan dengan tinjauan pustaka pada Bab I. Pada bagian analisis, akan dibagi menjadi tiga tahap yakni perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi untuk mempermudah dan menganalisis strategi yang dilakukan oleh subjek penelitian.

1. Analisis Terhadap Perencanaan Bid Humas Polda DIY dalam Mensosialisasikan Program Aplikasi Polisi Kita

a. Proses Kerja *Public Relations*

1) Temuan Fakta (*Fact Finding*)

Temuan fakta dilakukan untuk mengetahui apakah situasi pendapat masyarakat menunjang atau justru menghambat kegiatan organisasi. Menurut Cutlip dan Center dalam Rachmadi (1992:111) tahap temuan fakta tersebut yakni:

- a) Memperhatikan berbagai kejadian atau perkembangan sosial, politik, maupun ekonomi yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan organisasi perusahaannya. Kapolda DIY bersama Bid Humas menggagas Polisi Kita dilatarbelakangi oleh kebijakan Promoter dari Kapolri sekaligus melihat kondisi dan kebutuhan masyarakat saat ini yakni informasi melalui akses internet, dari situ dinilai bahwa Kapolda DIY dan Bid Humas menyadari bahwa sikap masyarakat yang tidak lepas dari kebutuhan bersosial melalui internet berpengaruh dalam

kecenderungan masyarakat dalam melaporkan kejadian yakni bukan lagi menghubungi langsung pihak yang berwajib tetapi mengunggahnya di media sosial.

b) Mengumpulkan berbagai macam data untuk diolah menjadi informasi.

Bid Humas mengumpulkan riset untuk menjadi bahan informasi dan mengetahui bahwa masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet dan media sosial sudah menjadi kebutuhan. Oleh karena itu, informasi dapat menyebar sangat cepat faktor besarnya ialah karena kekuatan media sosial tersebut. Menurut peneliti, Bid Humas sangat perlu melakukan hal tersebut karena tanggungjawab Humas ketika menyimpulkan mengenai sikap dan perilaku masyarakat terhadap suatu hal harus didasari dengan data dan temuan fakta yang didapat melalui penelitian.

c) Menganalisis informasi itu agar sesuai dengan keperluan organisasi

ataupun perusahaan. Bid Humas tidak menganalisis data-data yang telah didapat tersebut untuk menjadi rumusan yang berguna dalam menyusun rencana sosialisasi Polisi Kita agar maksimal saat pelaksanaan. Bid Humas melakukan survey secara pribadi tanpa membedah temuan data setelahnya kepada tim Bid Humas yang lain, seharusnya hal tersebut penting dilakukan agar survey bisa dilakukan lebih luas lagi.

d) Selalu siap menyajikan berbagai informasi secukupnya kepada setiap unit

organisasi atau perusahaannya. Bid Humas tidak menyajikan informasi ataupun menganalisis data bersama Satker yang berhubungan dengan

sosialisasi Polisi Kita, seharusnya hal tersebut penting dilakukan oleh Bid Humas karena dalam pelaksanaan tugas, Bid Humas tidak dapat bekerja sendiri, membutuhkan bantuan dari Satker lain yang berhubungan dengan pelaksanaan kegiatan yakni Binmas, Babinkamtibnas, SPKT, dan Bid TI.

- e) Menyempurnakan segala macam informasi yang dirasakan masih kurang memadai. Bid Humas hanya mencari informasi umum dan temuan data di lapangan dan tidak secara sistematis, jadi untuk menyempurnakan informasi tersebut, Bid Humas masih belum melakukannya. Peneliti menilai, tahap pengumpulan fakta oleh Bid Humas diwakilkan oleh satu orang yakni merupakan Konsultan Ahli Bid Humas yang langsung berhubungan kerja dengan Kapolda. Perlunya informan mendiskusikan kepada rekan Bid Humas yang lain agar nantinya terdapat kesamaan informasi yang didapat mengenai data-data temuan fakta tanpa adanya anggota Bid Humas yang tidak mengetahui informasi tersebut.
- f) Melengkapi simpanan data dan informasi antara lain dengan menyelenggarakan dokumentasi dan *press-clippings*. Bid Humas dalam menemukan fakta-fakta tidak menyimpannya dalam sebuah dokumen atau arsip. Seharusnya hal tersebut penting dilakukan sebagai dokumen Bid Humas untuk bisa dipaparkan kepada Kapolda dalam merumuskan langkah sosialisasi Polisi Kita. Menurut penilaian peneliti, hal tersebut terjadi karena Bid Humas tidak memiliki cukup waktu dan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mendokumentasikan arsip-arsip mengenai temuan

data sikap masyarakat mengenai adanya media sosial. SDM Bid Humas sudah memiliki tugasnya masing-masing bahkan ada yang melakukan pekerjaan dengan dua bidang yang berbeda. Seharusnya Bid Humas membentuk tim khusus untuk melakukan penelitian mengenai masyarakat untuk kedepannya berguna bagi Bid Humas menyusun kegiatan komunikasi yang lebih menarik dan terbaru.

2) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan tahap selanjutnya setelah penemuan fakta dan mendapatkan hasil dari penemuan fakta tersebut. Humas/PR merencanakan apa yang harus dilakukan selanjutnya dengan melihat fakta yang ada serta memikirkan berbagai faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik itu psikologis, sosiologis, keadaan sosial, ekonomi politik, agar rencana tersebut terumuskan untuk sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Seharusnya Bid Humas dapat mengolah hasil temuan data tersebut menjadi sebuah rumusan rencana yang sistematis dan jelas. Namun, dari temuan data yang tidak terdokumentasikan dengan baik menyebabkan temuan informasi tersebut hanya menjadi informasi biasa. Padahal Bid Humas seharusnya dapat mengenali dengan baik permasalahan yang berubung dengan organisasi. Langkah yang dilakukan dalam tahap perencanaan, yakni:

- a) Merumuskan apa tujuan yang harus dicapai oleh *public relations* ketika mengirim pesan tertentu. Bid Humas tidak memiliki waktu khusus dalam

membahas bagaimana Polisi Kita akan disosialisasikan. Rapat secara sistematis dilakukan satu bulan sekali namun bukan membahas khusus Polisi Kita. Bid Humas langsung merencanakan hal tersebut bersama Kapolda dan Bid TI untuk segera mensosialisasikan Polisi Kita secepat dan seluas mungkin, dimulai dari internal Polda DIY kemudian menyebar hingga ke masyarakat. Menurut peneliti, seharusnya Bid Humas dapat merumuskannya bagaimana Polisi Kita disosialisasikan adalah saat awal mula Polisi Kita mulai digagas. Bid Humas dapat mengajak Kapolda untuk bersama-sama membedah data yang ditemukan bagaimana aplikasi yang akan diciptakan nanti dapat secara maksimal diterima. Namun pada kenyataannya, aplikasi tersebut langsung Kapolda serahkan kepada *programmer* untuk dibuat dan ditawarkan kepada masyarakat melalui Bid Humas dan Satker bidang kemasyarakatan.

- b) Mengolah data yang diperolehnya tentang berbagai faktor sosial, politik, dan sebagainya yang sekiranya diperlukan. Data yang ditemukan mengenai sikap masyarakat tentang Polisi dan kebutuhan akan internet dan media sosial tersebut tidak dibahas secara matang, yang terpenting adalah bagaimana Polisi Kita dapat diinformasikan sesegera mungkin kepada publik.
- c) Merumuskan bagaimana pesan itu harus disebarkan. Beberapa kegiatan Bid Humas terkait Polisi Kita, perencanaannya langsung kepada Kapolda yang nantinya dilaksanakan oleh Bid Humas, karena kegiatan yang

dilaksanakan tersebut berhubungan dengan misi Kapolda untuk lebih dekat dengan masyarakat. Salah satu rencana Bid Humas menyebarkan pesan sosialisasi Polisi Kita melalui *SMS Blast* dengan bekerjasama dengan provider Telkomsel tidak terealisasi sampai saat ini, sebaliknya dengan Bid TI yang mengusahakan untuk menyebarkan Polisi Kita melalui *SMS Blast* dengan provider Smartfren berhasil terlaksana.

Namun strategi yang digunakan Bid TI dengan prediksi peningkatan jumlah pengunduh Polisi Kita melalui *SMS Blast* tersebut belum tepat karena strategi tersebut tidak mempengaruhi masyarakat untuk tertarik menggunakan Polisi Kita, jumlah pengunduh tetap pada angka 10.000+ tanpa peningkatan yang signifikan.

Oleh karena itu, menurut peneliti Bid Humas hanya sampai pada tahap perumusan, dan hal tersebut tidak diseriusi secara matang mengakibatkan tidak terealisasi beberapa program yang seharusnya dapat meningkatkan kesempatan mensosialisasikan Polisi Kita lebih luas kepada masyarakat.

- d)** Menentukan teknik komunikasinya. Bid Humas merencanakan kegiatan komunikasi untuk Kapolda agar lebih dekat dengan masyarakat khususnya dengan pegiat media sosial yang membawa pengaruh besar bagi citra Polda. Salah satunya dengan menentukan kegiatan yang berbentuk komunikasi tatap muka secara informal. Selain itu, Bid Humas hanya menyisipkan kegiatan sosialisasi diantara kegiatan-kegiatan yang

sudah terjadi sejak awal tahun (Rancangan Kerja Bid Humas). Menurut peneliti, beberapa kegiatan Bid Humas yang dilaksanakan tidak pernah khusus dibuat untuk mensosialisasikan Polisi Kita. Semua kegiatan yang peneliti sajikan merupakan kegiatan-kegiatan komunikasi yang dilaksanakan Bid Humas dengan tujuan yang berbeda-beda karena Polisi Kita merupakan program besar yang baru, maka dari itu Kapolda memerintahkan untuk selalu menyisipkan tentang sosialisasi Polisi Kita di setiap kegiatan Humas karena Humas adalah Satker yang terhubung langsung dengan media dan masyarakat.

- e) Memeriksa kesempurnaan informasi yang diperolehnya pada tahap *fact finding*. Bid Humas tidak lagi melihat temuan data ketika merumuskan kegiatan untuk Polisi Kita karena setiap kegiatan berdasarkan keputusan Kapolda. Seharusnya Bid Humas perlu memberikan Kapolda penawaran untuk Polisi Kita dapat disosialisasikan dengan cara seperti apa karena fungsi tugas Humas ialah berhubungan langsung dengan pimpinan utama, Bid Humas memiliki peran lebih mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan.
- f) Membandingkan pengalaman-pengalaman pihak lain dan organisasinya sendiri guna memperoleh langkah terbaik. Bid Humas melihat pengalaman dari Bid TI ketika mensosialisasikan Polisi Kita menjadi acuan Bid Humas untuk bisa mensosialisasikannya dengan lebih menarik kedepannya. Contohnya saja sistem sosialisasi secara *class room* oleh Bid

TI yang kurang kondusif dijadikan Bid Humas sebagai bahan pertimbangan ketika melaksanakan sosialisasi dalam bentuk *class room*. Peneliti melihat sistem *classroom* tersebut tetap tidak ditinggalkan oleh Bid Humas, Bid Humas masih menggunakan komunikasi tradisional atau tatap muka dalam kegiatan. Menurut peneliti, penilaian Bid Humas mengenai sistem sosialisasi menggunakan sistem *classroom* yang sudah monoton tidak ditindaklanjuti untuk menjadi pembahasan rencana sosialisasi Polisi Kita dengan cara yang lain yang seharusnya hal tersebut mampu dilakukan oleh Bid Humas.

- g) Mengadakan analisis atas informasi yang diperoleh serta merumuskannya sesuai dengan program kerja, yaitu sesuai dengan situasi ataupun tempat. Bid Humas tidak mengadakan analisis atas informasi yang diperoleh untuk merumuskan rencana, namun Bid Humas hanya melihat dari temuan data saat dilapangan dan kondisi umum yang saat ini terjadi di masyarakat tanpa berusaha mendokumentasikan temuan data tersebut secara detil.

Bid Humas merumuskan mengenai kegiatan sosialisasi Polisi Kita sesuai dengan program kerja yang telah direncanakan diawal tahun, jika kegiatan tersebut di luar rancangan kegiatan maka berdasarkan arahan dari Kapolda sebagai *top management*. Peneliti menilai, Polisi Kita dimasukkan ke dalam agenda kegiatan Bid Humas karena kesinambungan

antara waktu dan target sasaran yang pas, ketika dilaksanakan di waktu yang berbeda akan sangat membuang-buang waktu. Padahal dengan sistem sosialisasi Polisi Kita yang eksklusif dan mendalam, target sasaran tidak akan terpecah konsentrasinya ketika mendapatkan informasi, justru mendapatkan pengetahuan baru yang dapat diambil dan diberitahukan kepada orang lain.

Pemilihan Media Publisitas

Bid Humas tidak melakukan pembahasan khusus mengenai penggunaan media apa yang sebaiknya digunakan, kegiatan sosialisasi Polisi Kita yang dimasukkan ke dalam rancangan kerja Bid Humas sudah mewakili media publisitas yang ideal. Menurut Betty Wahyu Nilla Sari (2016:47) mengatakan bahwa pemilihan media massa yang sesuai dengan sasaran publik sangat penting dalam tahap-tahap persiapan dan penyebaran berita. Perlunya pemikiran tentang pemilihan media dan cara-cara menggunakan media tersebut karena menyadari besarnya potensi yang dimiliki oleh media massa.

Seharusnya Bid Humas dapat mengenali media-media apa saja yang menjadi potensi penyebarluasan informasi yang efektif, salah satunya dengan internet. Bid Humas mengatakan bahwa media internet merupakan media yang sangat efektif dalam melakukan kegiatan sosialisasi, sehingga dengan memanfaatkan penggunaan dan interaksi yang aktif dari Polda DIY kepada

masyarakat akan mendapatkan hasil yang baik pula. Namun pada kenyataannya Bid Humas tidak melaksanakannya secara berkala dan maksimal, seperti data yang telah diperoleh, informasi Polisi Kita jarang ditemukan pada akun media sosial Polda DIY. Padahal Bid Humas mengetahui besarnya potensi sosial media jika dimanfaatkan dengan baik.

Peneliti menilai, pemanfaatan media oleh Bid Humas bukan semata-mata untuk kepentingan Polisi Kita melainkan untuk kepentingan lain yang lebih di prioritaskan untuk dipublikasikan. Menurut peneliti, Polda DIY sebagai Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta bertanggungjawab tidak hanya dalam hal mempublikasikan kegiatan-kegiatan lingkup Polda DIY tetapi juga kepada Polres dan Polsek di seluruh DIY. Citra positif yang ingin dibangun Polda DIY melalui media sosial jauh lebih penting ketika memasukkan konten-konten yang lebih humanis dan menarik berkaitan dengan kegiatan yang sudah dilakukan Polda DIY untuk masyarakat. Kepadatan konten yang dipublikasikan tersebut membuat sosialisasi Polisi Kita melalui media sosial menjadi berkurang bahkan terabaikan. Bid Humas tidak mensejajarkan pemilihan media publisitas yang paling efektif yang telah Bid Humas sepakati sejak awal.

2. Analisis Terhadap Pelaksanaan Strategi Bid Humas Polda DIY dalam Mensosialisasikan Program Aplikasi Polisi Kita Tahun 2016

Pelaksanaan strategi Humas untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan tidak terlepas dari perencanaan tentang bagaimana mengkomunikasikan dan apa yang dikomunikasikan (Cutlip Center dalam Rachmadi, 1992:113). Dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi, Bid Humas melakukan kegiatan-kegiatan yang bertujuan agar Polisi Kita dapat dikenal oleh publik Polda DIY, tidak hanya internal yakni eskternal untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya menyampaikan laporan melalui aplikasi Polisi Kita.

a. Strategi Humas

Ahmad S. Adnanputra menjelaskan dua komponen yang saling erat dalam membentuk strategi humas. Strategi Humas/PR merupakan bagaimana perencanaan dan pelaksanaan kegiatan humas agar tujuan dari organisasi dapat tercapai, komponen tersebut dikaitkan dengan pelaksanaan kegiatan sosialisasi Polisi Kita oleh Bid Humas:

1) Komponen Sasaran

Komponen sasaran penting untuk menentukan segmentasi atau target mana yang ingin dituju karena strategi tentunya tidak lepas dari yang namanya sasaran agar strategi yang akan dilaksanakan nanti tepat sasaran. Bid Humas tidak menentukan target sasaran secara spesifik. Karena diawal Polisi Kita dibentuk menjadi dua, internal dan eksternal,

otomatis sasaran terbagi menjadi dua, yakni internal Kepolisian meliputi seluruh anggota Kepolisian di seluruh DIY kemudian masyarakat DIY secara keseluruhan. Seharusnya Bid Humas membahas secara sistematis target sasaran Polisi Kita eksternal agar kegiatan sosialisasi jadi tepat sasaran. Menurut peneliti, ketika target sasaran tidak dibahas secara sistematis, Bid Humas tidak memiliki patokan mengenai wilayah mana dan target sasaran seperti apa yang sudah Bid Humas sasar untuk menerima sosialisasi sehingga arah yang akan dituju menjadi jelas.

Sasaran Humas menurut Widjaja (1986:59) meliputi dua hal:

a) Sasaran Internal

Sasaran internal merupakan orang-orang yang berada dalam lingkup organisasi. Bid Humas dan Kapolda DIY mensosialisasikan Polisi Kita internal kepada seluruh elemen Kepolisian di Polda DIY meliputi tingkat pejabat tinggi Polda, Satker Polda, tingkat Polres sampai Polsek melalui *Launching* Polisi Kita bulan Agustus 2016 lalu dan himbauan Kapolda kepada seluruh anggota dan pejabat tinggi Kapolres dan Kapolsek untuk selalu mengingatkan dan mensosialisasikan Polisi Kita dalam setiap kesempatan maupun ketika bertugas di lapangan.

Dalam hal ini Bid Humas menempatkan internal Kepolisian sebagai sarana pendukung sosialisasi yang dimulai dari internal, karena tiap-tiap anggota Kepolisian memiliki daerah tugas yang

berbeda-beda di tiap Kabupaten, strategi Bid Hums dalam himbauan yang disampaikan Kapolda untuk selalu menginformasikan Polisi Kita diterapkan oleh anggota Kepolisian di daerah tugasnya masing-masing yakni menyampaikan kepada masyarakat sekitar ketika ada pertemuan warga atau dalam setiap kesempatan.

b) Sasaran Eksternal

Sasaran eksternal merupakan orang-orang di luar lingkup organisasi tetapi berpengaruh terhadap organisasi tersebut. Bid Humas menetapkan sasaran eksternal Polisi Kita ialah seluruh pihak di luar Polda DIY yakni masyarakat DIY, media, komunitas, maupun *stakeholder* yang lain.

Namun pada perencanaan sebelumnya, menurut peneliti Bid Humas hanya memfokuskan target sasaran eksternal ialah seluruh masyarakat DIY, padahal masyarakat DIY terbagi menjadi beberapa spesifik dan karakteristik masyarakat yang dapat mempengaruhi keefektivitasan sosialisasi. Seharusnya pada perencanaan, Bid Humas bisa lebih fokus kepada target-target masyarakat seperti apa yang memiliki potensi besar untuk memahami dan mengaplikasikan aplikasi Polisi Kita.

2) Komponen Sarana

Menyusun strategi diperlukan pula sarana yang tepat agar strategi tersebut dapat terlaksana dan sampai kepada sasaran dan capaian yang

diharapkan. Komponen sarana yang digunakan oleh Bid Humas untuk menunjang kegiatan sosialisasi Polisi Kita meliputi media berita, media siaran, dan media komunikasi tatap muka telah dijalankan.

a) Media Berita

Bid Humas melaksanakan acara *Launching* Polisi Kita dengan mengundang wartawan dari media cetak dengan *feedback* bahwa berita mengenai *launching* akan segera dipublikasikan oleh media tersebut. Hasilnya seperti pada data gambar 3.14 sampai 3.17 media secara serentak mempublikasikan acara *launching* yang dilaksanakan Polda DIY. Tidak hanya media konvensional, media berita milik Polda DIY menjadi salah satu pendukung sosialisasi yakni Tribrata News Jogja. Namun, Bid Humas tidak mengemasnya secara maksimal dan menarik jadi sosialisasi Polisi Kita pada media resmi Tribrata News Jogja tidak muncul ke permukaan dalam waktu lama.

Selain itu menurut peneliti, penyebaran informasi kepada masyarakat umum melalui media berita resmi Polda DIY kurang efektif dibandingkan melalui portal berita *online* media besar yang saat ini banyak diikuti oleh pembaca di media sosial. Jadi, pembaca akan lebih memilih membaca berita *online* yang mereka percaya tersebut karena disamping berita-berita yang disajikan cepat dan menarik. Kebaruan dan judul berita yang sedang *viral* di masyarakat akan cepat dipilih oleh masyarakat untuk dibaca.

b) Media Elektronik

Bid Humas beserta jajaran lain memanfaatkan media elektronik sebagai sarana penyampaian informasi secara massal, maka dari itu sosialisasi Polisi Kita dimasukkan dalam agenda *Talkshow* dan Dialog Interaktif pada media televisi dan radio, sebagian besar kegiatan *Talkshow* dilakukan pada stasiun televisi lokal DIY dan radio non komersil dikarenakan anggaran dana yang disediakan oleh pimpinan.

Seharusnya Polda DIY mampu untuk menjangkau media dengan jumlah penonton yang besar seperti radio komersil yang masih diminati masyarakat dari segala usia untuk lebih memberi kesempatan besar sosialisasi Polisi Kita dapat tersampaikan di lebih banyak masyarakat.

c) Media Komunikasi Tatap Muka

Bid Humas melaksanakan beberapa kegiatan sosialisasi dengan sistem tradisional atau tatap muka yakni melalui Duta Humas, *Launching*, Jumpa Pers, Makan Bersama Netizen, dan Silaturahmi dengan Pegiat Sosial Media. Peneliti menilai bahwa kegiatan tersebut memiliki karakteristik sasaran yang berbeda-beda dan hal tersebut baik dilakukan oleh Bid Humas dalam menyampaikan Polisi Kita karena *audiens* dari kegiatan tersebut dapat mewakili kriteria masyarakat DIY yang mendukung untuk mengaplikasikan Polisi Kita.

d) Media Internet

Internet merupakan media pembangun *relations* yang paling ampuh dan cepat serta luas (Onggo, 2004:2). Bid Humas mengetahui kekuatan media internet khususnya media sosial dalam rangka mengkomunikasikan suatu program kepada masyarakat luas.

Bid Humas mensosialisasikan Polisi Kita melalui media sosial resmi Polda DIY yakni *Twitter, Instagram, Facebook*, serta *Website* resmi. Namun pada pelaksanaannya, hanya *Facebook* dan *Website* yang digunakan Bid Humas dalam mensosialisasikan Polisi Kita. Menurut peneliti, Bid Humas tidak sepenuhnya menggunakan media sosial Polda DIY, padahal Bid Humas sangat paham bahwa potensi media sosial sangat besar jika Polisi Kita disosialisasikan secara serius dan berkala di media sosial.

b. Pendekatan Strategi Humas

Untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggungjawab serta partisipasi antara pejabat Humas dan publik sasaran untuk mewujudkan tujuan bersama. Ruslan (1999:117-119) mengemukakan pendekatan-pendekatan dalam strategi Humas yang akan dikaitkan dengan pendekatan yang dilakukan Bid Humas.

1) Strategi operasional

Dalam strategi operasional, Humas harus mampu melihat apa yang diinginkan masyarakat, opini-opini publik, dan aspirasi serta kebutuhan

masyarakat. Bid Humas tidak melakukan pendekatan secara operasional dalam arti data yang telah didapatkan dari Bid Humas mengenai kebutuhan di media sosial hanya disimpan sebagai bahan informasi Bid Humas.

Menurut peneliti, seharusnya Bid Humas melakukan pendekatan secara berkala kepada target sasaran Polisi Kita untuk mengetahui apakah sosialisasi yang dilakukan sampai saat ini berpengaruh dan apa yang kurang dari aplikasi tersebut sebagai masukan pada Polda DIY kedepannya.

Humas seharusnya dapat bersikap dan berkemampuan untuk mendengarkan aspirasi yang disampaikan masyarakat, dalam konteks sosialisasi Polis Kita, seharusnya sebelum Polisi Kita ditawarkan kepada masyarakat, Humas dapat mengajak beberapa perwakilan masyarakat digital Yogyakarta untuk merumuskan apa yang diinginkan oleh masyarakat agar Polisi Kita dapat diterima dengan mudah dan mempunyai peluang besar menarik masyarakat untuk menggunakannya contohnya pada operasional aplikasi dan kemudahan akses yang diinginkan masyarakat seperti apa agar nantinya Bid Humas dan Bid TI dapat bekerjasama mempersiapkan Polisi Kita agar lebih matang lagi.

2) Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Bid Humas melaksanakan pendekatan yang bersifat komunitas secara langsung dengan target sarannya melalui Duta Humas, Bid Humas menggandeng Dimas Diajeng Jogja sebagai sarana agar komunikasi

tersebut dapat bersifat dua arah dan menarik bagi pelajar SMP dan SMA di Yogyakarta. Kedekatan komunikator kepada *audiens* membuat pendekatan yang dilakukan menjadi lebih persuasif serta menarik. Namun dari data yang diperoleh, peneliti menyimpulkan bahwa sosialisasi Polisi Kita tidak dilakukan langsung melalui Duta Humas melainkan dari Kasubbid Penmas yakni perwakilan Bid Humas. Antusias pelajar menjadi tidak semenarik ketika penyuluhan dibawakan langsung oleh Duta Humas. Seharusnya, dengan tujuan Polisi Kita dapat dikenal oleh masyarakat luas, peran komunikator yang memiliki kesamaan dalam gaya bahasa dan bersikap menjadi faktor *audiens* yang semuanya pelajar akan lebih mudah memahami dan otomatis akan lebih banyak interaksi mengenai Polisi Kita.

3) Pendekatan Tanggungjawab Sosial Humas

Pendekatan tanggungjawab sosial Humas merupakan pendekatan yang bermaksud untuk menumbuhkan sikap bahwa tujuan dan sasaran yang dicapai tidak hanya untuk keuntungan sepihak dari masyarakat tetapi juga keuntungan bersama bagi organisasi. Sesuai dengan tujuan Polda DIY dalam menciptakan aplikasi Polisi Kita yakni bagaimana Kepolisian dan masyarakat dapat bekerjasama dalam menjaga Kamtibmas di DIY.

Fungsi Polisi Kita sebagai aplikasi pelaporan masyarakat untuk memudahkan masyarakat melaporkan kejadian secara cepat di daerahnya dengan sistem media sosial, pada sisi lain, laporan dari masyarakat membantu kerja Polisi untuk cepat menindak sebuah kejadian yang saat itu

tidak terpantau oleh Kepolisian yang bertugas. Menurut peneliti, Bid Humas mencoba memberikan pemahaman mengenai kegunaan aplikasi Polisi Kita untuk kehidupan sehari-hari masyarakat melalui sosialisasi-sosialisasi yang dilakukan.

4) Pendekatan Kerjasama

Bid Humas melakukan pendekatan dengan membina hubungan yang harmonis antara Polda dengan beberapa kalangan yang berpengaruh terhadap organisasi. Pendekatan Bid Humas sejalan dengan pendekatan Kapolda yakni dengan menyelenggarakan hubungan baik dengan komunitas pegiat sosial media di Yogyakarta melalui acara Ramah Tamah dan Silaturahmi. Pendekatan tersebut sangat baik dilakukan Bid Humas dalam rangka memperoleh opini dan perubahan sikap yang positif antara komunitas kepada Polda DIY.

Sosialisasi Polisi Kita dilakukan saat pertemuan tersebut merupakan situasi yang tepat untuk memperkenalkan sebuah aplikasi pelaporan kepada target sasaran yang didominasi oleh pengguna sosial media aktif dan memiliki peran penting dalam sebuah grup *Facebook* Yogyakarta. Namun, kendala terbesar yang peneliti lihat pada strategi tersebut ialah ketidaktertarikan para pegiat media sosial tersebut untuk mengunduh Polisi Kita, walaupun Bid Humas sudah mengemasnya semenarik dan dijanjikan hadiah kepada si pengunduh.

Kegiatan Binluh Duta Humas Polda DIY yang turut menggandeng Dimas Diajeng Jogja menurut peneliti termasuk bagian dari pendekatan Bid Humas secara kerjasama dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta karena Bid Humas berupaya untuk membina hubungan baik antara Polda DIY dengan Dinas Pariwisata Yogyakarta dalam rangka memberikan edukasi kepada pelajar di Yogyakarta mengenai bahaya kenakalan remaja sekaligus pentingnya aplikasi Polisi Kita untuk masyarakat DIY.

5) Pendekatan Koordinatif dan Integratif

Pendekatan koordinatif dan integratif merupakan program yang dilakukan Humas bukan dalam arti sempit, namun dapat dilakukan secara koordinatif dan integratif dengan bidang lain dalam menunjang sebuah program. Dalam hal ini Bid Humas mengajak Babinkamtibnas dan Binmas untuk melakukan koordinasi dalam mensosialisasikan Polisi Kita, seperti yang diketahui dalam pelaksanaan tugas tiap Satker akan saling terhubung dan berkoordinasi satu sama lain, begitu pula dengan Polisi Kita.

Babinkamtibnas dan Binmas memiliki wewenang tugas lebih fokus kepada pembinaan masyarakat secara langsung, pendekatan yang dilakukan kepada masyarakat melalui *door to door system* seperti penyuluhan dan pertemuan para tokoh masyarakat di daerah-daerah tertentu. Bid Humas melakukan koordinasi untuk mensosialisasikan Polisi Kita melalui konsep *door to door system* dan pertemuan oleh perwakilan masyarakat. Namun peneliti menilai bahwa yang menjadi kendala adalah target sasaran

sosialisasi yang tidak mendukung untuk dapat mengunduh aplikasi, karena sebagian besar sasarannya ialah masyarakat pedesaan yang tidak memiliki *smartphone* untuk berkegiatan sehari-hari.

Pendekatan yang dilakukan Bid Humas sudah baik, namun belum tepat sasaran karena hasil yang diharapkan ialah jumlah pengunduh Polisi Kita bertambah, namun karena disosialisasikan kepada target yang kurang spesifik, maka hanya akan menjadi pengetahuan umum saja bagi masyarakat yang saat itu menerima sosialisasi.

c. Media Sosialisasi Humas

Dalam mengkomunikasikan program, media komunikasi atau media sosialisasi merupakan hal penting dalam tahap penyampaian informasi seperti yang dikemukakan oleh Betty Wahyu Nilla Sari (2016:47-49) mengenai media sosialisasi yang dimanfaatkan Humas sebagai media publisitas.

1) Surat Kabar

Bid Humas mengundang rekan media pada acara *Launching* Polisi Kita bulan Agustus 2016 lalu bertujuan mendapatkan *feedback* dari media tersebut dapat mempublikasikan acara *Launching* Polisi Kita di media masing-masing. Surat kabar masih menjadi berita yang dicari oleh masyarakat ketika ingin mendapatkan informasi. Namun, menurut data yang peneliti peroleh tidak semua media cetak di DIY memberitakan peluncuran Polisi Kita, hal tersebut mempengaruhi jumlah pembaca informasi sosialisasi melalui surat kabar atau koran.

2) Majalah

Bid Humas tidak menggunakan majalah komersil dalam mensosialisasikan Polisi Kita. Selain keterbatasan anggaran dana, peneliti menilai bahwa pemilihan majalah sebagai media sosialisasi kurang efektif karena majalah memiliki konten dan karakteristik yang berbeda-beda dengan target pembaca yang berbeda pula. Kendala majalah juga waktu publisitas yang relatif lama masa terbitnya, jadi tingkat kebaruan informasi menjadi kurang.

3) Siaran Radio

Bid Humas mensosialisasikan Polisi Kita melalui radio non komersil dengan melibatkan komunikator yang kredibel untuk menyampaikan informasi dengan baik. Namun, tidak adanya jadwal khusus siaran radio mengenai Polisi Kita. Tema-tema yang menjadi topik utama dalam percakapan di radio tersebut berkaitan dengan kegiatan Polda DIY maupun hari besar Nasional yang berpengaruh terhadap pengamanan kota Yogyakarta.

Polisi Kita disampaikan pada segmen atau bagian akhir siaran, menurut peneliti seharusnya Bid Humas dapat mengatur dan menjadwalkan siaran secara khusus Polisi Kita sehingga informasi yang disampaikan lebih mendalam. Penggunaan radio komersil menjadi pilihan tepat untuk sosialisasi, karena radio komersil memiliki jangkauan siaran yang luas dan pendengar yang aktif yang banyak.

4) Siaran Televisi

Siaran televisi digunakan Bid Humas dalam rangka menyampaikan dan mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan besar Polda DIY atau pengamanan DIY secara visual dalam bentuk *Talkshow*. *Talkshow* tersebut juga membahas mengenai Polisi Kita, sama seperti siaran dialog interaktif. Sebagian besar *Talkshow* dilakukan di stasiun televisi lokal Yogyakarta, secara demografi penonton, penonton televisi lokal Yogyakarta sebagian besar masyarakat Yogyakarta yang menjadi target sasaran Polisi Kita. Namun, pada kenyataannya peneliti melihat bahwa televisi lokal masih kalah dari segi jumlah penonton dibandingkan televisi nasional yang komersil, selain itu jangkauan siar dari stasiun televisi nasional lebih luas.

5) Newsletter

Launching Polisi Kita menjadi kesempatan untuk Bid Humas mengirimkan *newsletter* atau *press release* kepada media massa agar media tersebut dapat mempublikasikan acara *Launching* Polisi Kita tersebut. Media yang diundang Bid Humas seluruhnya memberitakan secara positif peluncuran aplikasi Polisi Kita bersamaan dengan *press release* yang diberikan Bid Humas. Hal tersebut membuktikan bahwa pandangan positif yang diberikan Bid Humas kepada media, sejalan dengan apa yang diterima media tersebut.

Media Komunikasi Humas

Bid Humas Polda DIY dalam mensosialisasikan Polisi Kita melalui beberapa sarana media seperti yang diungkap oleh Ruslan (2003:196-199) bahwa terdapat beberapa media yang dapat digunakan oleh Humas/PR sebagai sarana penyampaian pesan kepada publik guna meningkatkan citra organisasi atau perusahaan, yakni:

1) *House Journal*

Bid Humas menggunakan media internal sebagai sarana penyampaian informasi Polisi Kita. Media internal tersebut adalah Majalah Tribrata News Jogja, berisikan tentang kegiatan-kegiatan Kapolda dan isu-isu yang berhubungan dengan Polri. Majalah tersebut diproduksi satu bulan sekali dan didistribusikan kepada pejabat tinggi Polda DIY, Satker Polda DIY, Polres, dan Polsek seluruh DIY. Namun, majalah tersebut tidak diperjualnelikan secara umum atau bersifat non komersil, jadi masyarakat tidak dapat memilikinya secara bebas.

Peneliti menilai bahwa majalah internal tersebut tidak dapat dijadikan sebagai sarana untuk mensosialisasikan Polisi Kita kepada publik luas, karena jelas majalah tersebut hanya peruntukkan untuk internal kepolisian saja, bahkan tidak semua anggota membaca isi majalah tersebut secara keseluruhan. Informasi yang terdapat dalam majalah mengenai Polisi Kita bukan membahas detail mengenai Polisi Kita namun lebih kepada publikasi kegiatan Polda DIY dalam memperkenalkan Polisi Kita seperti *launching* dan

perkenalan Polisi Kita kepada Kementrian, Kapolri, dan tamu besar yang hadir di Mapolda.

2) *Printed Materials*

Bid Humas tidak membuat iklan cetak dalam mengkomunikasikan Polisi Kita, karena keterbatasan anggaran dana dari pimpinan. Padahal media cetak atau media luar ruang dapat menjadi sarana efektif jika dapat dikemas dengan menarik. Seperti yang informan pengguna Polisi Kita katakan, Affrudi dan Destria, pemanfaatan media luar ruang dan penempatannya yang strategis dapat mempengaruhi *awareness* masyarakat terhadap aplikasi tersebut. Menurut Peneliti, Bid Humas seharusnya dapat mencoba merealisasikan publikasi melalui iklan cetak sebagai bentuk pengenalan Polisi Kita kepada masyarakat. Peneliti menilai, bahwa ketidaksiapan Bid Humas untuk membuat iklan cetak luar ruang bukan karena tidak adanya anggaran dana tetapi prinsip Bid Humas yang masih konvensional, mengendalikan metode *classroom*, *talkshow*, dan penyuluhan sebagai sarana mensosialisasikan sebuah program.

3) *Media Pertemuan (Event)*

Bid Humas melakukan sosialisasi Polisi Kita dengan menggunakan media pertemuan seperti *launching*, penyuluhan, makan bersama, jumpa pers, dan ramah tamah. Peneliti menilai, media pertemuan dengan konsep komunikator menyampaikan informasi dan didengarkan oleh *audiens* akan lebih cepat tersebar daripada dilakukan secara personal, namun dengan

kembali lagi pada situasi pertemuan yang tidak kondusif dan tema pembicaraan yang berbeda akan menghambat *audiens* menerima informasi dengan baik.

4) *Broadcasting Media dan Internet*

Bid Humas menggunakan media televisi lokal dan radio lokal non komersil Yogyakarta sebagai bentuk komunikasi kepada masyarakat Yogyakarta pada khususnya. Karena Polda DIY merupakan organisasi kepolisian, pemilihan media milik pemerintah seperti stasiun televisi TVRI dan radio RRI menjadi faktor penting untuk menjaga citra positif serta netral Polda DIY. Peneliti melihat peletakkan sosialisasi Polisi Kita melalui media elektronik lokal kurang efektif, terlebih Polisi Kita diletakkan pada sesi akhir *talkshow*. Selain karena jumlah penonton yang tidak banyak juga durasi waktu sosialisasi yang sedikit dan kurang mendalam karena keterbatasan durasi yang diberikan oleh acara tersebut. Media sosial saat ini telah berkembang pesat dengan menghadirkan fitur *live streaming* untuk para penggunaannya dapat saling menonton siaran langsung satu sama lain, media sosial yang memiliki fitur tersebut salah satunya ialah *Facebook* dan *Instagram*.

Bid Humas seharusnya mampu memberikan ide yang tidak biasa dengan menghadirkan bentuk sosialisasi melalui media yang saat familiar oleh masyarakat yakni *Facebook* dan *Instagram* melalui akun resmi Polda DIY. Dengan jumlah pengguna media sosial aktif yang mengikuti media sosial tersebut, Bid Humas dapat membuat jadwal dan pemberitahuan kepada

netizen bahwa Bid Humas akan melaksanakan *live streaming* mengenai Polisi Kita, dengan dibuka sesi tanya jawab akan membuat sosialisasi lebih interaktif dibandingkan dengan *talkshow* pada media televisi atau radio lokal yang tidak dapat memberikan kesempatan untuk bertanya secara langsung.

5) Media Sarana Humas/PR

Logo Polisi Kita dijadikan sebagai bagian dari *design cover* majalah internal Polda DIY Tribrata News Jogja setiap bulannya untuk selalu mengingatkan pembacanya yakni seluruh internal kepolisian Yogyakarta untuk mensosialisasikan Polisi Kita seluas mungkin sebagai bagian dari Polda DIY. Menurut peneliti, Bid Humas seharusnya dapat membuat *icon* Polisi Kita menjadi *Top of Mind* bagi masyarakat Yogyakarta sebagai aplikasi pelaporan milik Polda DIY dengan menyertakan pada tiap spanduk atau *banner* himbauan keselamatan pengguna, atau bisa juga membuatnya *viral* di media sosial sebagai strategi awal membuat *icon* Polisi Kita dikenal oleh masyarakat DIY. Kalau diletakkan hanya di media internal saja, yang akan menyadari dan *aware* hanya internal Polda DIY saja tanpa dapat dilihat oleh masyarakat umum.

6) Media Personal

Kapolda DIY Menghimbau kepada setiap jajaran Polda DIY, Polres, dan Polsek untuk dapat mengajak masyarakat menggunakan Polisi Kita dalam setiap agenda pertemuan Kapolda DIY. Beliau menghimbau untuk mensosialisasikan Polisi Kita dimulai dari kerabat terdekat secara personal.

Menurut peneliti, kegiatan komunikasi berbentuk personal tersebut lebih terlihat keefektifitasannya dibandingkan dengan media lain karena dari sosialisasi melalui personal tersebut berhasil membuat pengguna tertarik untuk mengunduh walaupun belum sempat melaporkan, tetapi kekuatan personal sebagai media dengan pendekatan secara pribadi dapat secara langsung memberikan kesan bahwa aplikasi yang sedang disosialisasikan merupakan rekomendasi dari kerabat terdekat yang pastinya baik untuk digunakan.

7) *Special Events*

Launching Polisi Kita merupakan kegiatan khusus Humas/PR yang menarik media pers dengan bentuk mengenalkan suatu produk unggulan Polda DIY yang ditujukan untuk masyarakat. *Launching* Polisi Kita berisikan tentang bagaimana cara penggunaan aplikasi secara detil dan mendalam bertujuan untuk memberikan pengetahuan (*knowledge*), pengenalan (*awareness*), dan upaya peningkatan minat mengunduh aplikasi (*pleasure*), dan menarik simpati dan empati *audiens*.

Peneliti menilai komponen-komponen *special event* yang dilaksanakan Humas terlaksana cukup baik oleh Bid Humas. Bid Humas paham bahwa momentum acara *launching* tersebut merupakan kesempatan besar bagi Polda DIY memberikan pengetahuan dan informasi yang sedalam-dalamnya mengenai Polisi Kita. Namun, peneliti menyimpulkan salah satu komponen yang tidak terlalu berjalan dengan baik yakni tahap simpati dan empati

audiens terhadap produk yang ditawarkan karena masih banyak tamu undangan yang kurang paham dan tidak mengunduh Polisi Kita.

Fungsi *Special Events*

- Agar *audiens* mendapatkan informasi secara lengkap, dan mulai menggunakan aplikasi tersebut.
- Setelah *audiens* mendapatkan informasi mereka akan memberikan pengertian kembali kepada orang lain yang tidak terlibat dalam kegiatan tersebut dan lambat laun informasi mengenai Polisi Kita akan tersebar luas.

3. Analisis Terhadap Evaluasi Bid Humas Polda DIY dalam Mensosialisasikan Polisi Kita

Menurut Ruslan (1999:136) evaluasi merupakan tahapan dimana *Public Relations* atau Humas mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas Humas lainnya yang telah dilaksanakan serta keefektivitasan dari teknik-teknik manajemen dan komunikasi yang telah dipergunakan.

Setelah melaksanakan kegiatan-kegiatan komunikasi dalam rangka mensosialisasikan Polisi Kita, Bid Humas menemukan kendala dari semua kegiatan yang dilaksanakan yakni *feedback* atau output yang diterima dari sasaran Bid Humas ketika mensosialisasikan Polisi Kita. Dari data yang diperoleh, Bid Humas mengatakan bahwa sebagian masyarakat DIY belum siap

menerima kehadiran Polisi Kita, dibuktikan oleh rendahnya daya unduh Polisi Kita yang sampai saat ini hanya mencapai 10.000 pengguna.

Bid Humas menyadari bahwa kelemahan Bid Humas dalam pelaksanaan sosialisasi Polisi Kita tersebut ialah ketidakmatangan dalam menyiapkan strategi kongkrit jauh sebelum Polisi Kita resmi diluncurkan. Kelemahan aplikasi Polisi Kita secara teknis dan operasional menjadi salah satu faktor kurangnya antusias masyarakat dalam mengunduh dan menggunakan aplikasi. Kelemahan-kelemahan tersebut disimpulkan sebagai berikut :

- a) Polisi Kita sampai saat ini masih tersedia dalam basis android saja, jadi pengunduhnya pun belum dapat menjangkau pada seluruh jenis *smartphone*. Keterbatasan jenis *smartphone* yang dapat mengunduh Polisi Kita menjadi faktor kurangnya jumlah pengunduh aplikasi. Mengetahui kekurangan tersebut seharusnya dapat segera diperbaiki dan ditingkatkan oleh Polda DIY yakni mengembangkan sistem dan tembus pada *smartphone* dengan basis iOS agar pengguna iPhone dapat mengunduh aplikasi Polisi Kita. Karena berdasarkan waktu peluncuran, aplikasi Polisi Kita sudah memasuki tahun pertama operasi, waktu yang cukup lama untuk Polda DIY tidak memasukkan Polisi Kita pada *App Store iOS*.
- b) Keterbatasan jaringan yang dimiliki pengguna ketika menggunakan Polisi Kita menyebabkan laporan yang dikirimkan tidak langsung diterima oleh posko promotor karena jaringan yang kurang baik. Hal tersebut menyebabkan pengguna menjadi tidak tertarik untuk melaporkan kejadian

di lain waktu karena pengalaman yang kurang baik, padahal kasus laporan yang tidak masuk tersebut bukan menjadi kesalahan aplikasi namun jaringan dari *smartphone* pribadi pengguna. Permasalahan mengenai jaringan tidak dapat disimpulkan menjadi kesalahan pada satu pihak, Bid Humas selaku penjembutan antara Polda DIY dan masyarakat melalui sosialisasi dapat memberikan pemahaman bahwa aplikasi Polisi Kita terkoneksi dengan internet, jika tidak dimungkinkan memiliki jaringan internet pada saat itu, Bid Humas dapat menyampaikan beberapa opsi pengganti untuk memudahkan masyarakat melaporkan kejadian seperti *Call Center*, *SMS Center*, agar ketika dalam situasi darurat, masyarakat memiliki pilihan untuk meminta bantuan.

- c) Sistem GPS tidak diaktifkan oleh si pengguna sehingga membuat aplikasi tidak dapat mendeteksi lokasi tempat kejadian yang sedang dilaporkan oleh pengguna. Pengguna mengeluhkan bagaimana aplikasi tersebut tidak dapat bekerja dan tidak dapat dipergunakan untuk melaporkan kejadian, sedangkan sistem penanda lokasi pengguna belum diaktifkan. Permasalahan kembali terjadi pada pengguna pribadi. Seperti halnya permasalahan jaringan, Bid Humas sebagai penyambung informasi bertanggungjawab untuk memberikan informasi dan edukasi dengan jelas mengenai aplikasi Polisi Kita termasuk kemungkinan aplikasi tidak bekerja optimal jika dalam kondisi dan situasi tertentu. Bid Humas sebagai fasilitator dan penjembutan untuk memberikan kesamaan

informasi yang diterima tidak selalu harus menjelaskan sendiri, karena seperti yang diketahui Satker Polda DIY terhubung satu sama lain dalam pelaksanaan tugas di lapangan. Bid TI dapat membantu Bid Humas sebagai komunikator dalam memberikan edukasi mengenai operasional Polisi Kita.

- d) Pada aplikasi yang mewajibkan calon pengguna membuat akun media sosial personal dan melakukan registrasi data pribadi agar akun tersebut dapat digunakan. Umumnya terdapat sistem *forgot password* dimana pihak pengelola aplikasi memberikan bantuan kepada penggunanya jika terjadi permasalahan dasar yakni lupa akan kata sandi atau *password* yang menjadi satu-satunya akses masuk dalam akun.

Namun, *programmer* Polda DIY yang membuat aplikasi Polisi Kita tidak mempersiapkan sistem *forgot password* untuk calon pengguna Polisi Kita yang ternyata menjadi salah satu penyebab besar banyak pengguna-pengguna meninggalkan akun tersebut. Seharusnya, selain sosialisasi yang maksimal dari Kapolda DIY dan Bid Humas, memaksimalkan operasional aplikasi sehingga nyaman digunakan pengguna juga faktor penting untuk keberlanjutan Polisi Kita kedepannya agar permasalahan mendasar seperti tidak tersedianya aplikasi dalam sistem iOS kemudian belum berfungsinya *bug password* tidak terjadi pada aplikasi yang dimiliki organisasi Kepolisian Daerah tertinggi di DIY.

- e) Beberapa poin mengenai kelemahan operasional tersebut ditambah dengan kurangnya temuan data dan perencanaan sosialisasi Polisi Kita oleh Bid Humas berimbas pada evaluasi. Evaluasi melihat keefektifitasan program yang telah dilaksanakan apakah terlaksana dengan baik sesuai perencanaan di awal dan tolak ukur yang digunakan untuk mengukur keberhasilan sosialisasi.

Seperti data yang disajikan, Bid Humas tidak pernah melakukan evaluasi secara sistematis dan berkala, sama seperti perencanaan mengenai sosialisasi Polisi Kita. Perlunya evaluasi sebagai bahan untuk memperbaiki kekurangan pada pelaksanaan kegiatan sebelumnya agar lebih maksimal kedepannya, Bid Humas tidak memiliki tolak ukur keberhasilan secara spesifik. Seharusnya tolak ukur keberhasilan itu penting sebagai patokan apakah program dan kegiatan yang telah dilaksanakan melampaui ukuran keberhasilan yang disusun atau malah jauh di bawah batas.

Menurut peneliti, tidak adanya evaluasi secara sistematis yang dilakukan Bid Humas mengenai Polisi Kita karena keterbatasan waktu yang dimiliki Bid Humas sendiri, waktu untuk Bid Humas melakukan evaluasi dan rapat internal kerja Bid Humas dilaksanakan sekaligus dalam satu kali sebulan. Rapat tersebut tidak tepat tanggal pelaksanaannya, mengikuti situasi dan kondisi jika diperlukan. Peneliti menilai bahwa sistem evaluasi seperti ini tidak baik digunakan untuk institusi besar

seperti Polda DIY karena akan membuat pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan tidak memiliki perkembangan yang signifikan karena tidak adanya waktu untuk mengevaluasi apa yang harus diperbaiki kedepannya.

Seharusnya Bid Humas mulai menentukan bagaimana sistem evaluasi kedepannya, apakah menggunakan metode formatif yakni dilaksanakan selama kegiatan Bid Humas berlangsung atau sumatif yakni saat kegiatan sudah terlaksana. Peneliti memberikan penilaian bahwa dengan jadwal kegiatan yang Bid Humas laksanakan padat, evaluasi formatif baik dilakukan agar ketika di tengah perjalanan mengalami hambatan, Bid Humas mengetahui akar permasalahan untuk segera ditanggulangi.